Mihaela Iliescu

Microeconomie

- suport de curs -

EDITURA UNIVERSITĂȚII „NICOLAE TITULESCU”

BUCUREȘTI

2014

Acest material este destinat uzului studenţilor, forma de învăţământ la distanţă.
Conţinutul cursului este proprietatea intelectuală a autorului /autorilor; designul, machetarea şi transpunerea în format electronic aparţin Departamentului de Învăţământ la Distanţă al Universităţii „Nicolae Titulescu" din Bucureşti.

Acest curs este destinat uzului individual. Este interzisă multiplicarea, copierea sau difuzarea conţinutului sub orice formă.

Acest manual a fost actualizat şi aprobat în sedinta Departamentului de Administrarea Afacerilor si Marketing din data de 15 septembrie 2014.

UNIVERSITATEA „NICOLAE TITULESCU" DIN BUCUREŞTI
DEPARTAMENTUL PENTRU ÎNVĂŢĂMÂNTUL LA DISTANŢĂ

Mihaela Iliescu

Microeconomie

Editura Universităţii „Nicolae Titulescu”

Calea Văcăreşti, nr. 185, sector 4, Bucureşti
Tel./fax: 0213309032/0213308606
Email: editura@univnt.ro

ISBN: 978-606-751-019-5

INTRODUCERE

Microeconomia, ca ramurã fundamentalã a ştiintelor economice are drept obiectiv transmiterea, explicarea şi interpretarea conceptelor şi variabilelor economice specifice (cost de oportunitate, consumator, producãtor, cerere, ofertã, economie de piaţã, concurenţã, costuri de producţie , randamente,etc.), în scopul înţelegerii principiilor şi mecanismelor ce stau la baza activitãţii economice, a proceselor, regulilor dar şi restricţiilor pe care se sprijinã comportamentele agenţilor economici individuali.

În aceste condiţii, disciplina Microeconomie este studiatã în anul I şi constitiuie baza necesarã pentru o mai facilã şi corectã aprofundare a domeniului economic, prin disciplinele universitare de profil, prevãzute în anii de studii superiori.

Reprezintã aşadar, premisele unei culturi economice, indispensalã specialiştilor, şi nu numai.

Un argument care sã susţinã importanţa acestui domeniu îl reprezintã faptul cã activitatea economicã reprezintã o permanenţã a existenţei noastre, ea asigurând condiţiile materiale necesare manifestãrii celorlalte activitãţi umane.

Mai mult, numai o însuşire corectã şi riguroasã a cunoştinţelor teoretice va permite explicarea şi interpretarea faptelor şi evenimentelor din realitatea economicã.

Prezentul curs de Microeconomie se adreseazã în special studenţilor de la Învãţãmântul la Distanţã din facultãţile cu profil economic şi este împãrţit în 10 unitãţi de învãţare, timpul mediu necesar parcurgerii unei unitãţi fiind de aproximativ 3 ore.

Evaluarea nivelului de pregãtire al studentului la aceastã disciplinã va avea în vedere douã aspecte :

- Evalurea parţialã, pe baza a douã teme de control ale cãror subiecte se regãsesc în acest suport de curs. Lucrarile vor fi predate conform calendarului disciplinei .
- Evaluarea prin examen scris . Examenul scris conţine, de regulă, trei subiecte teoretice.

Astfel, în nota finalã, examenul scris va avea o pondere de 70%, în timp ce evaluarea parţialã va avea o pondere de 30%.

Notarea se face de la 10 la 1, rezultatele fiind transmise cãtre studenţi prin platforma eLearning.

Lect. univ. Dr. Iliescu Elena Mihaela

C U P R I N S

Unitatea de invatare.I. **Economia – formă a acţiunii umane**

1.1 Nevoile şi resursele economice

1.2 Activitatea economică şi structurile ei

1.3 Raritate şi alegere; costul de oportunitate

Unitatea de invatare.II. **Ştiinţa economică: domeniu, scop şi metodă**

2.1 Geneza şi etapele evoluţiei ştiinţei economice

2.2 Definirea economiei şi raporturile ei cu alte ştiinţe sociale

2.3 Economia – componentă de bază a sistemului ştiinţelor economice. Microeconomia şi macroeconomia

2.4 Metoda economiei: procedee şi instrumente de analiză economică

Unitatea de invatare.III. **Economia de piaţă: caracterizare generală**

3. 1 Economia naturală şi economia de schimb

3. 2 Tipuri de sisteme economice

3. 3 Modelul teoretic şi sistemul real al economiei de piaţă

3. 4 Banii şi rolul lor în economia de piaţă

Unitatea de invatare.IV. **Agenţii economici şi fluxurile economice**

4. 1 Agenţii economici: concept şi tipologie

4. 2 Circuitul economic şi fluxurile în economia de piaţă

4. 3 Organizarea afacerilor

Unitatea de invatare.V. **Comportamentul consumatorului. Teoria cererii**

5.1 Utilitatea economică. Principiul utilităţii marginale descrescânde

5. 2 Surplusul consumului

5. 3 Preferinţele şi alegerea consumatorului

5. 4 Echilibrul consumatorului. Abordare statică şi dinamică

5. 5 Cererea. Elasticitatea cererii

Unitatea de invatare.VI. **Comportamentul producătorului. Teoria producţiei şi echilibrul producătorului**

6.1 Factorii de producţie

6.2 Funcţia de producţie. Analiza pe termen scurt

6.3 Echilibrul producătorului. Analiza pe termen lung

6.4 Randamentele de scară şi problema dimensiunii firmei

Unitatea de invatare.VII. **Comportamentul producătorului. Costul şi oferta**

7.1. Costul de producţie

7.2. Pragul de rentabilitate şi determinarea ofertei producătorului

7.3. Evoluţia costului pe termen lung

7.4. Oferta. Elasticitatea ofertei

Unitatea de invatare.VIII. **Pieţe, concurenţă, preţuri**

8.1. Structura pieţei şi concurenţa

8.2. Preţul : concept, forme şi funcţii

8.3. Piaţa cu concurenţă perfectă şi formarea preţului de echilibru

8.4. Echilibrul firmei pe piaţa cu concurenţă perfectă

Unitatea de invatare.IX. **Monopolul, concurenţa monopolistică şi oligopolul**

9.1 Monopolul

9.2 Concurenţa monopolistică

9.3 Oligopolul

9.4 Politici guvernamentale de preţuri

Unitatea de invatare.X. **Limitele pieţei**

10.1. Limitele pieţei în atingerea eficienţei

10.2. Externalităţi

10.3.Bunuri publice

Bibliografie

Lista intrebarilor de baza pentru verificarea cunostintelor

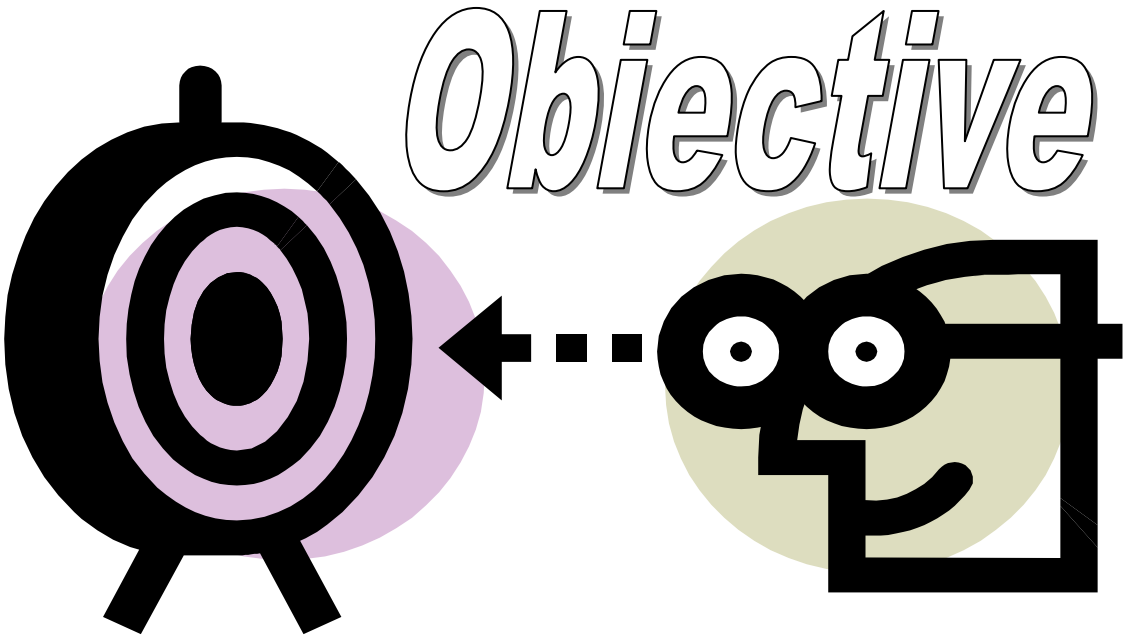
Unitatea de învăţare 1. Economia – formă a acţiunii umane

Cuprins

1.1 Nevoile şi resursele economice

1.2 Activitatea economică şi structurile ei

1.3 Raritate şi alegere; costul de oportunitate



- Evidenţierea acelor elemente, aspecte şi caracteristici ale activităţii economice necesare clarificării domeniului şi scopului ştiinţei economice;
- Prezentarea tensiunii nevoi-resurse şi clarificarea problemei generale a oricărei economii;
- Prezentarea conceptelor de cost de oportunitate şi frontiera posibilităţilor de producţie:
- Delimitarea conceptuală a economiei în cadrul acţiunii sociale şi conturarea principalelor forme şi niveluri ale activităţii economice;

00:00

Introducere

Pentru a-şi rezolva problemele existenţei şi condiţiei lor umane, indivizii acţionează într-o mare diversitate de forme şi domenii de activitate. Dacă dorim să cunoaştem ce este economia ca formă a activităţii umane, este necesar sa observam modul în care se desfăşoară activitatea economică. În acest sens, două împrejurări sunt relevante pentru domeniul de studiu al economiei: prima priveşte nevoile sau trebuinţele oamenilor care sunt practic nelimitate, iar cea de-a doua se referă la resursele sau mijloacele necesare, care în raport cu trebuinţele sunt insuficiente. Pornind de la aceste două realităţi s-a impus şi problema raţionalităţii în economie.

1. 1 Nevoile şi resursele economice

În accepţiunea cea mai generală, noţiunea de nevoie sau trebuinţă desemnează un sentiment de privaţiune însoţit de dorinţa de a o face să dispară. Privaţiunea desemnează trebuinţa încă nesatisfăcută şi, de aici dorinţa de a avea, de a fi, de a şti, de a-şi însuşi bunuri din partea celui care ştie ca îi lipseşte aşa ceva. Această definiţie generală este valabilă pentru ansamblul trebuinţelor umane, fie că sunt de origine filozofică, de natură socio-culturală, de ordin afectiv sau spiritual.

Timp necesar: 180 minute

După parcurgerea unităţii veţi fi în măsură să răspundeţi la întrebările:

- **Care este problema generală a oricărei economii?**
- **Ce este activitatea economică şi care sunt formele sub care se manifestă?**
- **Ce reprezintă costul de oportunitate?**
- **Explicaţi şi reprezentaţi grafic frontiera posibilităţilor de producţie.**

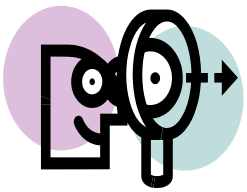
În raport cu activitatea economică şi rezultatele acesteia, sentimentul de privaţiune conduce la dorinţa oamenilor de a dobândi bunuri materiale sau servicii. Existenţa biologică şi socială a individului presupune consum continuu de variate bunuri economice de la alimente, îmbrăcăminte şi locuinţă la multiple servicii, cum sunt cele de transport, de asistenţă medicală, învăţământ şi educaţie, cultură, etc.

Nevoile umane sau trebuinţele sunt, aşadar, preferinţe, cerinţe sau dorinţe ale oamenilor de a-şi însuşi bunuri care le dau satisfacţie şi le sunt folositoare în desfăşurarea vieţii şi activităţii umane. Ele sunt condiţionate şi devin efective în funcţie de nivelul dezvoltării economico-sociale, în general (condiţionare obiectivă) , dar şi de nivelul de dezvoltare şi cultură al individului (condiţionate subiectivă).

Nevoile sunt deosebit de complexe şi se formează la intersecţia tuturor parametrilor existenţei şi condiţiei umane. Din acest motiv, nevoile sunt clasificate după multe criterii. Astfel, în funcţie de cele trei dimensiuni ale fiinţei umane (biologică, socială şi raţională) nevoile pot fi grupate în: **fiziologice** (care ţin de existenţa fiecărui individ în raporturile lui cu mediul natural), **sociale sau de grup** (legate de convieţuirea în colectivitate a oamenilor ca membri ai diferitelor socio-grupuri) şi **spirituale** (cele resimţite de oameni ca fiinţe raţionale şi care devin tot mai importante pe măsura progresului lor instructiv şi cultural). După intensitatea trebuinţelor manifestate în timp, acestea se se împart în: **trebuinţe imediate**, curente, şi **trebuinţe de perspectiva**, îndepărtate. Din punctul de vedere al naturii şi complexităţii lor, nevoile pot fi clasificate în: **elementare sau de bază** (aşa numitele necesităţi vitale) şi **superioare sau elevate**.

Analiza nevoilor sau trebuinţelor umane pune în evidenţă mai multe caracteristici ale acestora, mai importante fiind următoarele: având o determinăre legată de preferinţele, dorinţele, aşteptările şi idealurile indivizilor, socio-grupurilor şi societăţii în ansamblul ei, nevoile sunt **virtual nelimitate**; sunt **concurente**, în sensul că satisfacerea unei nevoi se poate face decât în detrimentul altor trebuinţe; sunt **multiple şi se diversifică** odată cu apariţia unor noi mijloace de satisfacere a lor şi pe măsură ce oamenii şi societatea în ansamblul ei îşi formulează scopuri, idealuri şi aspiraţii tot mai variate şi mai complexe; cunosc o **dinamică continuă**, ele evoluând de la trebuinţele fiziologice, elementare, spre cele sociale şi spirituale tot mai numeroase şi elevate; se constituie ca un **sistem ordonat şi ierarhizat**, unele trebuinţe fiind stringente, iar altele mai îndepărtate. Sistemul nevoilor caracterizează global atât nivelul de dezvoltare a individului şi personalităţii umane cât şi stadiul de dezvolare a societăţii şi nivelul civilizatiei în general.

Studiul trebuinţelor stă la baza înţelegerii motivaţiilor acţiunii umane, a principiilor şi regulilor care călăuzesc comportamentul uman. Acţiunile oamenilor în scopul satisfacerii nevoilor lor pot fi înţelese din punct de vedere economic, numai în strânsă interdependenţă cu mijloacele necesare satisfacerii acestor trebuinţe.



Să ne reamintim...

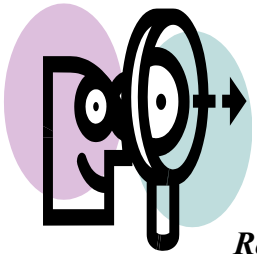
Nevoile reprezintă dorinţe, preferinţe ale oamenilor *de a dobândi bunuri care le dau satisfacţie şi le sunt folositoare în desfăşurarea activităţii umane****, fiind virtual nelimitate****. Ele sunt condiţionate atât obiectiv cât şi subiectiv.*

Resursele economice constituie premisele activităţii economice şi sunt formate din totalitatea mijloacelor disponibile şi susceptibile de a fi valorificate în producerea de bunuri materiale şi servicii. Natura furnizează o parte a acestor mijloace, iar altele sunt create de oameni.

Desprinderea **resurselor naturale** din mediul lor în vederea folosirii este rezultatul acţiunii umane, condiţionată la rândul său de volumul, structura şi calitatea **resurselor de**

muncă. Resursele naturale împreună cu potenţialul demografic formează **resursele primare** sau originare. Pe baza lor se formează **resursele derivate** care sunt fie materiale (construcţii, echipamente şi tehnologii, infrastructuri, etc.), fie umane (cunoştinte, experienţă, informaţii, etc).

Resursele în ansamblul lor reprezintă potenţialul (natural, material, uman, tehnico-stiintific, informaţional, etc) de care dispune economia şi se caracterizează printr-o **mare varietate**. De asemenea, în timp ele cunosc o **ameliorare continuă**, mai ales cele derivate, create de oameni. În raport cu nevoile umane, resursele economice rămân însă **limitate**, insuficiente.



Să ne reamintim...

Resursele reprezintă potenţialul *(natural, material, uman, tehnico-stiintific, informaţional, etc)* ***de care dispune economia****. În timp, ele cunosc o ameliorare continuă, însă rămân limitate****, insuficiente în raport cu nevoile.***

00:45

1. 2 Activitatea economică şi structurile ei

Acţiunile prin care oamenii tind să-şi satisfacă trebuinţele în condiţiile restrictive impuse de caracterul limitat al resurselor reprezintă activitatea economică sau economia. Tendinţa normală şi permanentă a oamenilor de a-şi satisface tot mai bine trebuinţele, orientează şi stimulează întreaga lor activitate, le determină comportamentul economic în societate.

Economia, termen sinonim cu activitatea economică, se referă aşadar, la realitatea economică ca latură inseparabilă a vieţii şi practicii sociale. În ansamblul activităţilor umane, economia este componenta prioritară, acţiunea cea mai complexă şi cuprinzătoare. Totodată, economia reprezintă domeniul fundamental prin care indivizii şi societatea se manifestă, întrucât în dinamica acestei activităţi se făuresc condiţiile materiale (mijloacele producţiei şi bunurile de consum) şi cele sociale în care oamenii convieţuiesc şi cooperează. Raporturile în care oamenii intră unii cu alţii, convieţuind şi cooperând în cadrul activităţii economice, sunt relaţii de interese ce le determină iniţiativa şi acţiunea în vederea satisfacerii trebuinţelor umane. **Interesele economice** reprezintă manifestări conştientizate ale nevoilor umane devenite mobiluri ale activităţii economice, iar în scopul satisfacerii acestor nevoi le sunt subordonate toate mijloacele disponibile.

Activitatea economică se defineşte drept domeniu fundamental al activităţii sociale care cuprinde ansamblul activităţilor referitoare la atragerea şi utilizarea resurselor economice

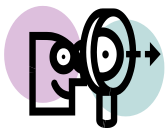
limitate, în vederea producerii, distribuţiei, schimbului şi consumului de bunuri, în raport de interesele şi nevoile umane.

Producţia cuprinde activităţile care conduc la obţinerea de bunuri economice destinate satisfacerii directe sau indirecte a nevoilor umane. În funcţie de forma bunurilor produse, acestea se împart în: **bunuri materiale**, care sunt tangibile, cum sunt alimentele sau îmbrăcămintea; **serviciile** care sunt bunuri intangibile, cum sunt transportul sau educaţia. Ambele sunt numite bunuri economice, sau simplu **produse**, spre deosebire de bunurile libere care sunt daruri ale naturii. Toţi care produc bunuri materiale sau prestează servicii se numesc **producători**.

Consumul reprezintă actul final al activităţii economice şi constă în folosirea efectivă a bunurilor materiale şi serviciilor, act în urma căruia se verifică utilitatea bunurilor produse în raport cu nevoile umane. Orice participant la viaţa economică ce utilizează bunuri pentru a-şi satisface nevoile se numeste **consumator**.

Economiile moderne sunt bazate pe diviziunea muncii şi pe o largă specializare a activităţilor economice. De aceea este necesar **schimbul de bunuri** care cuprinde activităţile prin intermediul cărora produsele sunt orientate şi ajung la consumatori; el are loc în principal prin pieţe şi este facilitat de folosirea banilor.

Întrucât fiecare produs este vândut şi cumpărat pe propria sa piaţă, economia este formată din mii şi mii de astfel de pieţe interrelaţionate. După cum se va vedea pe parcursul disciplinei noastre, mare parte din teoria economică este dedicată studiului pieţelor pentru a înţelege cum acestea funcţionează şi coordonează milioanele de decizii şi acţiuni ale participanţilor la viaţa economică. De la început este însă util să facem distincţia între două categorii mari de pieţe, şi anume**: pieţele bunurilor produse** şi **pieţele factorilor de producţie**. Studierea modului de funcţionare a celei de-a doua categorii de pieţe ne va permite să înţelegem cum dobândesc producătorii resursele (serviciile factorilor de producţie) de care au nevoie, dar şi cum se formează veniturile în economie de care depinde **distribuirea bunurilor** produse.



Să ne reamintim...

Activitatea economică *cuprinde ansamblul activităţilor referitoare la atragerea şi utilizarea resurselor economice limitate, în vederea producerii, distribuţiei, schimbului şi consumului de bunuri, în raport de interesele şi nevoile umane.*

De-a lungul timpului a avut loc un amplu proces de dezvoltare, diversificare, specializare şi integrare a activităţilor economice. Ca rezultat, economia modernă este o realitate extrem de complexă, care se manifestă ca un ansamblu cu multistructură, multidimensional.

Raportată la această realitate, economia este un concept abstract de maximă generalitate. Definită ca un ansamblu de activităţi interrelaţionale, economia se poate referi la activitatea unei firme, la economia unei localităţi sau zone geografice, la activitatea

economică din întreaga ţară cum ar fi economia Romaniei, după cum se poate referi la un grup de ţări (cum ar fi economia Uniunii Europene) sau la economia mondială în ansamblu.

În acest cadru, activităţile care compun economia sunt grupate şi agregate conceptual de către economişti în diverse entităţi numite niveluri şi sectoare ale economiei.

Nivelurile economiei sunt: microeconomia, mezoeconomia, macroeconomia şi mondoeconomia.

Microeconomia reprezintă nivelul de bază, cel mai de jos al economiei şi se referă la activităţile şi comportamentul participanţilor individuali la viaţa economică în calitate de producători, consumatori, vânzători şi cumpărători, etc. Un exemplu ilustrativ de microeconomie este activitatea economică a unei firme, sau un alt exemplu, activitatea şi faptele care compun piaţa unui produs cum ar fi piaţa grâului.

Mezoeconomia reprezintă nivelul intermediar de grupare a activităţilor care compun economia, cum este cel al ramurilor economice sau la nivelul unităţilor administrativ-teritoriale. Astfel de concepte, precum economia de ramură, economia locală sau economia regională, ţin de acest nivel de agregare a activităţii economice.

Macroeconomia reprezintă ansamblul proceselor, faptelor, comportamentelor şi activităţilor care compun economia unei ţări privită ca un singur tot sau agregat. Exemplul tipic de macroeconomie este economia naţională, cele două noţiuni fiind similare din punct de vedere al nivelului de agregare a aeconomiei.

Mondoeconomia reprezintă realitatea economică considerată la scară planetară sau zonal internaţională; ea se referă la economiile naţionale interrelaţionate, respectiv relaţiile şi fluxurile economice internaţionale, mecanismele de funcţionare şi instituţiile corespunzătoare acestora.

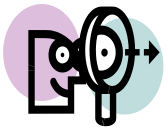
Economia contemporană fiind o realitate deosebit de complexă, în mod firesc activităţile care o compun pot fi grupate sau agregate pe **sectoare ale economiei** în mod complex, multicriterial. Dintre acestea câteva tipuri de agregate ale activităţilor din economie pe sectoare sunt adesea utilizate de economişti.

Un prim tip de agregare a activităţilor pe sectoare economice face distincţie între caracteristicile fizice ale diferitelor producţii şi care au la bază însăşi fazele istorice ale dezvoltării economice. Potrivit acestui criteriu, economia se subdivide în: **sectorul primar**, care cuprinde activităţile din agricultură, silvicultură, pescuit, extracţia minereurilor, etc. ; **sectorul secundar**, alcătuit din toate activităţile din industriile prelucrătoare, construcţii şi lucrări publice; **sectorul terţiar**, care include ansamblul activităţilor prestatoare de servicii (transportul, comerţul, finanţele, învăţământul, sănătatea, etc). Unii economişti consideră că, odată cu dezvoltarea noilor servicii privind informatica, robotica, cercetarea ştiinţifică şi dezvoltarea tehnologică etc., are loc formarea celui de-al patrulea sector al economiei, anume **sectorul cuaternar** care include activităţile din aceste domenii de vârf ale economiei moderne.

În funcţie de forma de proprietate, economia este alcătuită din: **sectorul privat**, care cuprinde ansamblul activităţilor economice realizate pe baza proprietăţii şi iniţiativei private; **sectorul public** care include toate activităţile în administrare publică.

Un alt tip de agregare a activităţilor din economie folosit în analizele întreprinse de economişti face distincţie între: **sectorul de piaţă**, care cuprinde toate activităţile de natură

comercială şi funcţionează după regulile pieţei; şi **sectorul non-piaţă**, ce funcţionează după alte reguli decât cele ale pieţei şi include activităţile necomerciale sau prestatoare de servicii gratuite. Cele două sectoare nu se identifică cu sectorul privat şi sectorul public, unde distincţia depinde de forma de proprietate. Gruparea activităţilor din economie în sectorul de piaţă sau în sectorul non-piaţă depinde de gradul în care rezultatele acestor activităţi (bunuri materiale sau servicii) sunt sau nu sunt destinate pieţei, iar costurile lor sunt sau nu sunt acoperite pe seama veniturilor realizate din vânzarea lor ca mărfuri.



Să ne reamintim...

Nivelurile economiei *sunt: - microeconomia (agenţii economici la nivel individual);*

- mezoeconomia (agenţii economici gupaţi pe ramuri economice);

- macroeconomia (ansamblul proceselor, faptelor, comportamentelor şi activităţilor care compun economia unei ţări privită ca un singur tot);

- mondoeconomia (activitatea economică este privită di perspectivă internaţională).

01:30

1.3 Raritate şi alegere. Costul de oportunitate

Toate resursele economice atrase şi utilizate în producerea bunurilor care satisfac nevoile oamenilor sunt rare, limitate, insuficiente.

Raritatea este, aşadar, caracteristica generală a tuturor bunurilor economice. Această insuficienţă sau raritate a lor trebuie raportată întotdeauna la trebuinţe, la cantitatea necesară cerută. Astfel acţionează paradoxul clasic cunoscut: ”un cal şchiop este rar, deci un cal şchiop este mai scump decât unul sănătos”. Pe de altă parte, raritatea nu este acelaşi lucru cu penuria. În timp ce aceasta din urmă este conjuncturală şi limitată în spaţiu, raritatea este un fenomen general şi permanent. În afara câtorva bunuri naturale (aşa numite daruri de la natură, cum sunt aerul, lumina de la Soare) toate celelalte bunuri sunt produse de către oameni printr-o activitate care presupune atragerea şi consumarea resurselor economice limitate.

Deşi privite în mod absolut, resursele disponibile au sporit şi s-au diversificat continuu – deoarece omenirea a progresat enorm pe linia cunoaşterii, a identificării şi atragerii spre folosinţă de noi resurse – în raport cu creşterea şi diversificarea trebuinţelor, ele au fost, sunt şi rămân limitate, insuficiente. Raritatea resurselor economice şi implicit a bunurilor produse în raport cu nevoile constituie astfel *regula generală a activităţii economice, o lege a acesteia*.

Legea rarităţii constă în aceea că volumul şi raritatea resurselor şi a bunurilor economice evoluează mai încet decât volumul, structurile şi intensitatea nevoilor umane. Cu

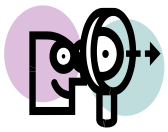
tot progresul omenirii în acest domeniu, se reproduce continuu un ecart între dorinţele nelimitate resimţite de către oameni şi bunurile economice care rămân virtual limitate.

Legea raritătii stă la baza demersului specific ştiinţei economice, căci, cum sustin unii analişti, în afara principiului raritătii teoria economică nu şi-ar avea sensul.

În general, teoria economică soluţionează problema *tensiunii dintre nevoi şi resurse* prin raţionamente şi predicţii care privesc fie ameliorarea cantitativă şi calitativă a resurselor care permit creşterea cantităţii de bunuri produse, fie printr-o mai bună distribuţie a bunurilor economice. Ambele procese presupun alegeri ale participanţilor la viaţa economico-socială, care să conducă, în ultimă instanţă, la o satisfacere cât mai bună a nevoilor.

Preocuparea dintotdeauna şi de pretutindeni a oamenilor de a face opţiuni economice oportune, de a alege între alternativele de alocare a resurselor rare şi de ierarhizare a folosirii lor spre o cât mai bună satisfacere a trebuinţelor, constituie conţinutul **problemei generale a economiei**. În rezolvarea acestei probleme, omenirea a căutat şi a dat, mai mult sau mai puţin conştient, răspunsuri la următoarele întrebări vitale ale organizării şi funcţionării oricărei economii: **ce şi cât să producă?** (ce bunuri şi în ce cantităţi trebuie produse cu resursele de care se dispune); **cum să producă?** (cu ce resurse şi în ce combinaţie a lor se poate produce cât mai eficient fiecare bun pentru care s-a optat); **pentu cine să producă?** (care sunt criteriile şi cum se asigură accesul membrilor societăţii la bunurile produse).

În funcţie de modul cum s-a răspuns la aceste întrebări şi de mecanismele concrete de rezolvare a lor, economiile s-au delimitat în timp şi spaţiu în diferite forme de organizare şi sisteme economice, problemă care va face obiectul temei capitolului următor.



Să ne reamintim...

Legea raritătii *se referă la conflictul dinte caracterul limitat al resurselor şi nelimitarea nevoilor. Acest aspect a dus şi la formularea celor patru întrebări fundamentale ale economiei: ce, cât, cum şi pentru cine?*

Raritatea resurselor face ca orice alegere a unuia sau altuia dintre paticipanţii la viaţa economică (pe care îi vom numi în continuare agenţi economici) să însemne sacrificarea altor şanse potenţiale, respectiv luarea unor asemenea decizii care implică întotdeauna alegerea unei alternative în detrimentul celorlalte. Termenul folosit de economişti pentru costul exprimat în raport de alternativele la care s-a renuntat este costul de oportunitate. Alţi termeni similari, adesea folosiţi, sunt costul alegerii, costul alternativ sau costul şansei sacrificate.

Costul de oportunitate reprezintă valoarea sau aprecierea dată celei mai bune dintre şansele sacrificate atunci când se alege intre diferitele alternative de folosire a resurselor rare. El este deci un cost relativ care exprimă "câştigul" obţinut prin "pierderea" celei mai bune din alternativele sacrificate şi este măsurat în termenii acestei alternative.

Costul alegerii este o regulă generală în acţiunile întreprinse de toţi agenţii economici, indiferent dacă este cazul cheltuirii veniturilor acestora în procesul de consum, sau de utilizarea resurselor productive în procesul de producţie.

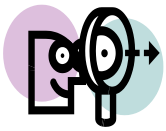
Principiul costului de oprtunitate în cazul alegerilor făcute de consumatori presupune căutarea maximului de satisfacţie în cheltuirea veniturilor disponibile. În condiţiile în care consumatorul dispune în orice moment de un buget limitat, el este permanent confruntat cu

un cost real al alegerii atunci când decide ce bun trebuie să aleagă; efectul acestei decizii este că suma cheltuită nu mai este disponibilă pentru cumpărarea altor bunuri pe care şi le-ar dori.

Exemplu: dacă o persoană dispune de un venit suplimentar de 10 lei pe care doreşte să-i folosească pentru cumpărarea a 10 ţigări sau a două ziare, costul de oportunitate al unui ziar este sacrificarea a cinci ţigări.

În domeniul producţiei, costul de oportunitate al unui bun economic produs de agentul producător se exprimă prin cantitatea din bunul economic la care s-a renunţat prin utilizarea resurselor disponibile.

Exemplu: presupunem că un fermier doreşte să cultive o suprafaţă de teren cu grău sau cartofi, producţiile care pot fi obţinute fiind la grâu de 5 tone la hectar şi respectiv 10 tone cartofi la hectar. Dacă fermierul alege varianta să cultive grâu, costul de oportunitate al unei tone de grâu este egal cu două tone de cartofi.



Să ne reamintim...

Costul de oportunitate *(costul şansei pierdute), concept valabil atât în producţie cât şi în consum, exprimă valoarea celei mai bune alternative la care se renunţă pentru a putea beneficia de o unitate suplimentară dintr-un anumit bun.*

În analiza posibilităţilor alternative de producţie ale unei economii, se foloseşte un model deosebit de sugestiv, numit curba sau frontiera posibilităţilor de producţie.

Exemplu:

Tabelul 1.1 Pachete de producţie

Combinaţii (variante)	**Bunul „x”**	**Bunul „y”**
A	0	13
B	2	12
C	4	10
D	6	7
E	8	3
F	9	0

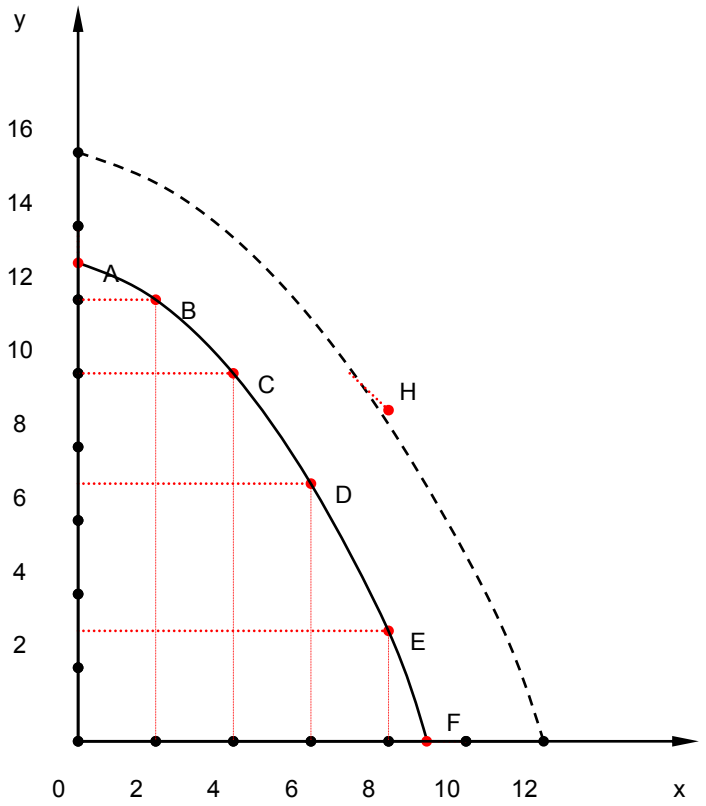


Figura 1.1 Frontiera posibilităţilor de producţie (FPP)

Frontiera posibilităţilor de producţie (FPP) reflectă ansamblul combinaţiilor de bunuri care pot fi produse de către o economie prin utilizarea integrală şi eficientă a resurselor sale disponibile într-o anumită perioadă de timp. Pentru a permite reprezentarea FPP într-un spaţiu bidimensional, se consideră că într-o economie se produc numai două categorii de bunuri evidenţiate de cele două axe ale graficului.

Astfel, dacă presupunem că într-o economie ipotetică se produc într-un interval de timp, utilizând complet şi eficient resursele sale disponibile, bunuri alimentare (x) şi de îmbrăcăminte (y) în combinaţiile prezentate în Tabelul 1.1, atunci FPP are alura curbei din Figura 1.1.

Frontiera posibilităţilor de producţie reprezintă un model simplu de analiză, dar care permite desprinderea unor concluzii generale cu privire la problema rarităţii şi a costului de oportunitate pe care îl implică alegerile (deciziile) luate în economie, după cum urmează:

a) Resursele economice disponibile sunt utilizate complet şi eficient la orice punct de pe FPP. Economia funcţinează la limita posibilităţilor sale de producţie, termenul de frontieră evidenţiind faptul că toate punctele (combinaţiile) de pe curbă sunt puncte de maxim în valorificarea resurselor economice;

b) Când operează la limita posibilităţilor sale de producţie, economia nu poate produce mai mult dintr-un bun decât dacă produce mai puţin din alt bun. După cum se observă din datele din Tabelul 1.1, sporirea producţiei de alimente se realizează cu preţul sacrificării unei cantităţi din ce în ce mai mari din producţia de îmbrăcăminte. FPP, care este

o curbă concavă, înspre interior, relevă şi ea **legea creşterii costului de oportunitate**. În Figura 1.1 panta tot mai abruptă a FPP de la stânga la dreapta, indică faptul că, pentru a obţine o creştere în continuare a producţiei de alimente în detrimentul celei de îmbrăcăminte costul de oportunitate este tot mai mare. Tendinţa de creştere a costului de oportunitate este motivată economic prin aceea că resursele productive au la un moment dat o anumită specializare, mai eficientă pentru o anumita destinaţie. Alocarea lor pentru o altă destinaţie face ca producţia suplimentară care se obţine în urma folosirii unor cantităţi crescătoare dintr-o anumită resursă să se reducă.

c) Economia funcţionează sub limita posibilităţilor sale de producţie la orice punct din interiorul frontierei. Acesta indică o producţie totală inferioară celei exprimată de combinaţiile de pe curba FPP. O economie produce în interiorul FPP fie ca urmare a faptului ca unele resurse disponibile rămân nefolosite, fie datorită faptului ca resursele sale sunt utilizate ineficient. Economia poate creşte producţia oricăruia
dintre bunuri prin eliminarea cauzelor care conduc la subutilizarea resurselor sau la folosirea lor ineficientă;

d) Orice punct din afara FPP este nerealizabil pentru economia respectivă. Ea nu poate în condiţiile date sa crească producţia niciunuia dintre bunuri peste nivelurile combinaţiilor de pe frontieră. Pe termen lung, economia poate să crească producţia
ambelor bunuri prin progres tehnologic, investiţii, etc. Pe măsura ameliorării cantitative şi calitative a resurselor economice, creşterea economică impinge FPP spre drepta graficului, aşa cum este ilustrat în Figura 1.1 prin curba întreruptă. Punctul H, care indica, înainte de creşterea economică, o combinaţie nerealizabilă, devine acum una din combinaţiile posibile, la fel ca toate celelalte puncte de pe noua frontieră.

Să ne reamintim...

*Pe **frontiera posibilităţilor de producţie** sunt reprezentate pachete de bunuri economice ce pot fi obţinute atunci când sunt utilizate în totalitate şi cu maximum de eficienţă resursele disponibile. În condiţii normale, F.P.P.are forma concavă şi reflectă tendinţa de creştere a costului de oportunitate.*

Întrucât actele, faptele, procesele economice sunt interdependente, multe din conceptele folosite în această parte introductivă vor fi reîntâlnite şi în alte teme ale cursului, unde vor fi aprofundate, sau relaţionate cu altele. Ele au fost analizate aici mai ales din perspectiva economiei ca formă a acţiunii sociale, înainte de a caracteriza economia ca ştiinţă, de care ne ocupăm în cea de-a doua unitate de învăţare.

Prezentati si analizati problema generală a oricarei economii.

.....

.....

02:45

Rezumat

- Resursele sunt limitate si au întrebuinţări alternative, ceea ce înseamnă că, deşi ele cresc şi se diversifică odata cu progresul tehnico – ştiinţific, rămân întotdeauna în urma nevoilor, care sunt virtual nelimitate.

- Având în vedere caracterul limitat al resurselor, orice alegere presupune şi o renunţare, aspect cuantificat cu ajutorul costului de oportunitate. Acesta reprezintă un cost real, costul şansei pierdute şi se exprimă prin valoarea celei mai bune alternative la care se renunţă pentru a putea beneficia de o unitate suplimentară dintr-un alt bun.

- Reprezentarea grafică a costului de oportunitate în producţie poartă denumirea de frontiera posibilitţilor de producţie (FPP) şi evidenţiază pachetele de bunuri ce pot fi produse atunci când se utilizează în totalitate şi cu maximum de eficienţă resursele disponibile. În mod normal FPP are forma concavă şi reflectă legea creşterii costului de oportunitate

03:00

Test de evaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 20 de minute

1) *Formulaţi* şi analizaţi semnificaţia celor patru întrebări fundamentale ale economiei.
2) De ce raritatea face necesară alegerea între posibilitati alternative?
3) Reprezentaţi grafic, pe baza unui exemplu ipotetic, frontiera posibilităţilor de producţie. Verificaţi corelaţia dintre forma acesteia şi evoluţia costului de oportunitate.

Test de autoevaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 15 minute

1. Care din următoarele aprecieri nu este corectă:

a) nevoile umane constituie motorul activităţii economice;

b) nevoile reprezintă dorinţele oamenilor de a fi, de a avea, de a şti şi de a crede;

c) apariţia nevoilor umane este determinată de factori obiectivi şi subiectivi;

d) dinamica nevoilor este mai mare decât dinamica resurselor, ceea ce explică limitarea resurselor;

e) nevoile reprezintă cererea exprimată pe piaţă.

2. Alegeţi afirmaţia care defineşte resursele:

a) resursele reprezintă elementele naturale şi derivate pe care oamenii le utilizează în activitatea lor în scopul satisfacerii nevoilor individuale şi de grup;

b) resursele reprezintă componenta principală a factorilor de producţie primari, originari;

c) resursele, fiind suportul consumului, cuprind bunurile necesare creşterii nivelului de trai al populaţiei;

d) resursele sunt elementele naturale sau create de oameni care pot fi folosite în activitatea economică pentru satisfacerea trebuinţelor;

e) resursele sunt acele bunuri create prin activitatea economică, ceea ce le conferă un caracter inepuizabil.

3. Costul de oportunitate reprezintă:

a) un cost relativ, exprimat prin valoarea celei mai bune alternative la care s-a renunţat în alocarea resurselor;

b) costul real al unei decizii, exprimat prin valoarea alternativelor sacrificate în alocarea resurselor;

c) ecartul dintre costul estimat de producător si costul real al factorilor de producţie;

d) valoarea şansei pierdute în scopul satisfacerii nevoilor de consum;

e) diferenţa dintre costul vieţii în ţările dezvoltate si costul vieţii în ţările în curs de dezvoltare.

4. Alegeţi răspunsul corect:

a) pe frontiera posibilităţilor de producţie sunt reprezentate pachete de bunuri economice care pot fi obţinute prin folosirea integrală şi eficientă a unui volum dat de resurse economice;

b) frontiera posibilităţilor de producţie este convexă, iar panta este negativă si descrescătoare;

c) pe frontiera posibilităţilor de producţie sunt reprezentate pachete de factori de producţie care asigură acelaşi volum al producţiei dintr-un bun economic;

d) a şi b;

e) b şi c.

5. Evaluaţi costul de oportunitate al deciziei de a urma studiile universitare după absolvirea liceului:

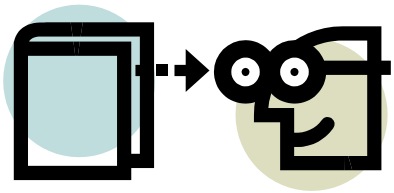
a) costul manualelor şi al altor materiale necesare studiului;

b) veniturile pe care le-aţifi caştigat ca salariat în această perioadă; c) valoarea taxei de şcolarizare;

d) orele destinate studiului;

e) b si c.

Răspunsuri corecte: 1. e; 2. d; 3. a; 4. a; 5. b.



Bibliografie

1. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Economie, Ediţia a VIII-a, Editura Economica, Bucureşti, 2009
2. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Dicţionar de Economie, Ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 2003
3. Dudian Monica, coordonator – Economie, Editura C. H. Beck, Bucureşti, 2006
4. Frois G.A. - Economie politică, Editura Humanitas, Bucureşti, 1994
5. Housman D. - Filosofia ştiinţei economice. Antologie, Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
6. Lipsey R., Chrystal A. - Economia pozitivă, Editura Economică, Bucureşti, 1999
7. Manea G. Iliescu E.M. - Microeconomie, Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 2006
8. Popescu C., Ciucur D., Gavrilă I., Popescu Ghe. - Teorie economică generală. Vol. I. Microeconomie , Ediţia a doua, Editura ASE, Bucureşti, 2008
9. Stiglitz J.,. Walsh C. – Economie, Editura Economică, Bucureşti, 2005
10. Varian Hal - Intermediate microeconomics, a modern approach, W.W. Norton, USA, 2006

Unitatea de învăţare 2. Ştiinţa economică: domeniu, scop şi metodă

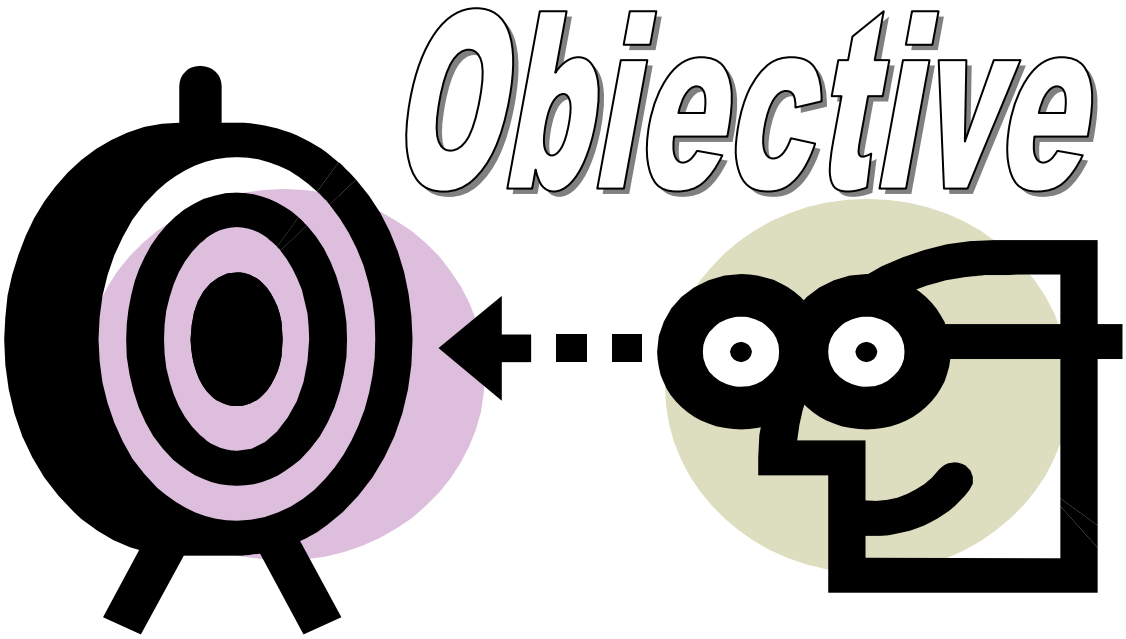
Cuprins:

2.1 Geneza şi etapele evoluţiei ştiinţei economice

2.2 Definirea economiei şi raporturile ei cu alte ştiinţe sociale

2.3 Economia – componentă de bază a sistemului ştiinţelor economice. Microeconomia şi macroeconomia

2.4 Metoda economiei: procedee şi instrumente de analiză economică



- Clarificarea domeniului şi scopului ştiinţei economice contemporane şi reliefarea raporturilor ei cu celelalte ştiinţe sociale;
- Delimitarea economiei în cadrul sistemului ştiinţelor economice şi formularea precizărilor de rigoare cu privire la modul de abordare a problemelor la nivel micro şi macroeconomic;
- Evidenţierea demersului metodologic prin care se elaborează teoriile economice şi se construiesc modelele economice.

00:00

Introducere

Activitatea economică în continuă dezvoltare şi diversificare formează domeniul de cercetare al ştiinţei economice. În prezent ea este alcătuită dintr-un sistem complex de ştiinţe şi discipline (fundamentale, speciale, tehnico-aplicative, de graniţă, etc.) care studiază ansamblul activităţilor economice la toate nivelurile şi sub cele mai diferite aspecte.

În cadrul acestui sistem, un loc aparte ocupă *Economia politică* (denumirea clasică) sau, mai simplu, *Economia*, cum este denumită tot mai frecvent în prezent, această disciplină. În calitate de ştiinţă teoretică fundamentală, *Economia* prezintă un grad ridicat de generalizare a fenomenelor şi proceselor care alcătuiesc realitatea economică în ansamblul ei.

2.1 Geneza şi evoluţia ştiinţei economice

Timp necesar: 120 minute

După parcurgerea unităţii veţi fi în măsură să răspundeţi la întrebările:

- **Ce este economia?**
- **Care este evoluţia ştiinţei economice?**
- **Care este raportul economiei cu alte ştiinţe sociale?**
- **Care sunt principalele metode de cercetare utilizate în economie?**
- **Explicaţi diferenţa dintre microeconomie şi macroeconomie.**
- **Explicaţi diferenţa dintre economia pozitivă şi cea normativă.**

Asemenea altor ştiinţe sociale sau ale naturii pe care se bazează cunoaşterea umană şi progresul societăţii, economia a parcurs un lung proces de formare şi dezvoltare. În general, procesul apariţiei şi dezvoltării ştiinţei economice este analizat cu ajutorul conceptului de ”situaţie clasică “. Aceasta se caracterizează printr-o sinteză a cuceririlor ştiintifice până în momentul respectiv, inclusiv aprecierea stării din acel moment şi direcţiile dezvoltării viitoare a ştiinţei economice. De regulă situaţia clasică se caracterizează printr-o operă ştiinţifică de mare avengură a unui autor, sau printr-o şcoala economică reprezentativă ale căror contribuţii şi concepte de bază se extind asupra unei întregi perioade.

În general, studiile de specialitate delimiteză patru faze sau **etape în evoluţia ştiinţei economice** delimitate de situaţiile clasice respective.

Prima etapă în evoluţia gândirii economice, numită de unii autori faza preştiinţifică, începe cu antichitatea şi se încheie spre sfârşitul secolului XVIII-lea, prin contribuţia epocală a lui Adam Smith, care prin lucrarea sa “Avuţia naţiunilor” (1776) a reuşit să dea expresie primei situaţii clasice. De aceea el este considerat părintele sau fondatorul

economiei politice, denumire sub care era cunoscută iniţial întreaga ştiinţă economică. Denumirea de economie politică provine din combinarea sensului a trei cuvinte de origine greacă: *„oicos”*, *„nomos”* şi *„polis”* (în traducere liberă: reguli, legi de gospodărire a cetăţii). Termenul a fost folosit pentru prima dată de un reprezentant al mercantiliştilor - Antoine de Montchrestien, care în 1615 publica al său "Tratat de economie politică". Un alt curent de gândire economică ce s-a impus în această perioadă este cel al fiziocraţilor, reprezentantul cel mai de seama fiind F. Quesnay, care a efectuat prima analiză a procesului economic de ansamblu, publicată în faimosul său "Tablou economic" (1758).

A doua etapă în evoluţia ştiinţei economice corespunde, în esenţă, perioadei afirmării şcolii clasice engleze, reprezentate de David Ricardo („Despre principiile economiei politice şi ale impunerii" – 1818), Thomas Malthus („Principii de economie politică" – 1820), John Stuart Mill („Principiile economiei politice" – 1848). Unii specialişti încadrează în linia de gândire din această perioadă şi contribuţiile francezului J. B. Say („Tratat de economie politică" – 1803).

A treia etapă în evoluţia ştiinţei economice se încadrează într-un orizont de timp cuprins între anii '70 ai secolului al XIX-lea şi marea recesiune economică din anii '30 ai secolului trecut. Această etapă este dominată de contribuţiile strălucite ale marginaliştilor sau neoclasicilor, reprezentaţi în principal de trei mari şcoli: Şcoala de la Viena (C. Mengel, F. von Wieser); Şcoala de la Lousanne (Leon Walras, V. Pareto); Şcoala de la Cambridge fondată de Alfred Marshall. În acesta perioadă s-a afirmat şi Şcoala istorică germană reprezentată de F. List, W. Roscher şi alţii.

A patra etapă în evoluţia gândirii economice este numită faza modernă a ştiinţei economice, marcată decisiv la început de contribuţiile marelui economist englez J. M. Keynes care şi-a publicat opera sa fundamentală "Teoria generală a ocupării, a dobânzii şi a banilor" în 1936. Ea a dat un puternic impuls dezvoltării ştiinţei economice în general, îndeosebi prin trecerea de la analiza la nivel microeconomic la cel macroeconomic.

În replică la curentul keynesian, s-a constituit liberalismul clasic al secolului XX-lea (noii clasici), ai cărui reprezentanţi – L. Mises , F. Hayek, M. Friedman – formează nucleul cel mai activ al gândirii economice din ultimile decenii. În unele studii şi analize mai recente în domeniu, se apreciază că "ştiinţa economică se află în faţa unei noi situaţii clasice. Deocamdată, toate teoriile elborate în trecut au fost şi sunt dezvoltate şi actualizate. În acest context se poate vorbi de o a cincea perioadă în evoluţia şi dezvoltarea ştiinţei economice, perioadă ce ar fi început cu deceniul al optulea al secolului trecut.

Să ne reamintim...

*Termenul de **economie politică** a fost folosit pentu prima dată în 1615, de către **Antoine de Montchrestien**, în lucrarea sa "Tratat de economie politică". Adam Smith este considerat părintele sau fondatorul economiei politice,lucrarea sa reprezentativă fiind "Avuţia naţiunilor" (1776).*

00:20

2.2. Obiectul economiei şi raporturile ei cu alte ştiinţe sociale

Economia este o ştiinţă relativ tânără cu toate că idei şi chiar teorii şi curente de gândire economică au apărut încă din antichitate. Ele erau însă „integrate" în alte sisteme de gândire, îndeosebi în cele de filosofie, morală, politică, etc. Economia s-a constituit şi a primit statutul de ştiinţă în pantheonul acestora abia spre sfârşitul secolului al XVIII-lea. Acest lucru s-a produs pe baza dezvoltării şi creşterii gradului de complexitate a economiei de piaţă concurenţială (a capitalismului) ale cărei reguli şi mecanisme de funcţionare au fost pentru prima dată redată într-o formă coerentă şi relevantă de A. Smith în a sa "Cercetare despre natura şi cauzele avuţiei natiunilor" (1776).

După cum s-a mai arătat, la început ştiinţa economică s-a identificat cu economia politică; sintagma respectivă fiind folosită de toţi marii economişti ai secolului al XIX-lea. Definirea economiei politice şi delimitarea obiectului ei faţă de celelalte ştiinţe sociale se realizează – susţineau clasicii acestei ştiinţe – prin domeniul ei particular de studiu – producerea, reparţitia, schimbul şi consumul bunurilor materiale care alcătuiesc avuţia naţiunilor. În consecinţă, în concepţia clasicilor economiei politice, obiectul acestei ştiinţe este studiul bogăţiei, a avuţiei naţiunilor care constituie un aspect particular al tuturor activităţilor economice.

Mai târziu, economiştii neoclasici au lărgit aria de cercetare a economiei la totalitatea bunurilor (nu numai la bunurile materiale), dar circumscriu în special obiectul de studiu al economiei la sfera raporturilor de schimb. În acestă concepţie, tot ce face obiect al tranzacţiilor de piaţă şi al formării preţurilor devin probleme fundamentale ale aşa numitei economii politice pure (opera fundamentală a lui Leon Walras este intitulată "Elemente de economie politică pură" – 1872).

A treia categorie de definiţii ale economiei ţin de concepţia modernă despre domeniul de studiu şi funcţia ştiinţei economice. În această concepţie, economia este ştiinţa alegerii oportune, a acţiunii eficiente având ca obiect de studiu formele specifice ale comportamentului uman în legătură cu alocarea resurselor limitate pentru satisfacerea nevoilor nelimitate. Prin urmare, ştiinţa economică este definită pornind de la natura problemei generale a oricărei economii, iar raţiunea ei rezidă din însăşi soluţionarea acestei probleme, prin alocarea şi utilizarea cu eficienţă ridicată a resurselor disponibile. " Este evident că definirea economiei în termenii resurselor rare şi a scopurilor (trebuinţelor) concurente este cea mai cuprinzătoare, cea mai largă dintre toate definiţiile cunoscute.

După opinia profesorului american G. Becker, laureat al premiului Nobel pe anul 1992, ceea ce distinge cel mai mult economia de alte discipline în cadrul ştiinţelor sociale nu este subiectul ei (viaţa socială sau comportamentul uman), ci modul specific de abordare. Este cu totul evident că abordarea economică exprimă comportamentul maximizator (maximizarea scopului în condiţiile unor restricţii sau constrângeri) mai explicit decât oricare alte moduri de abordare. În plus abordarea economică presupune, de regulă, existenţa pieţei care prin preţuri şi celelalte variabile economice călăuzesc alegerile participanţilor şi distribuie resursele insuficiente în funcţie de gradul de eficienţă

00:30

2.3 Economia – componentă de bază a sistemului ştiinţelor economice

Dezvoltarea economică şi progresul societăţii, creşterea continuă a complexităţii activităţii economice, au pus în faţa ştiinţei economice sarcini noi şi tot mai complexe. Corespunzător, a avut loc un proces de dezvoltare şi diversificare şi în ştiinţa economică. S-a ajuns astfel ca ştiinţa economică contemporană să se prezinte ca un sistem amplu de ştiinţe şi discipline autonomizate de-a lungul timpului pe diferite criterii. El cuprinde ştiinţe economice fundamentale, speciale, de graniţă, discipline economice tehnico-aplicative, etc. (o imagine despre complexitatea sistemului ştiinţelor economice ne oferă şi simpla citire a disciplinelor universitare din planul de învăţământ ale facultătilor de profil economic). Epistemologia economică – considerată şi ea ca una dintre noile discipline economice de graniţă – grupează ştiinţele economice după multe criterii cum sunt: după nivelul de ierarhizare a economiei; după domeniul de cercetare sau studiu; după interdependenţele cu alte domenii şi ramuri ale ştiinţei; după instrumentele şi procedeele de analiză folosite prioritar, etc.

Raţiunea şi contribuţia economiei ca disciplină universitară în planurile de învăţământ ale facultăţilor economice este de a realiza într-o structură logică şi unitară o introducere teoretico-metodologică în ştiinţa economică.

În calitate de componentă teoretico-metodologică fundamentală a sistemului ştiinţelor economice în ansamblu, economia se caracterizează prin mai multe aspecte definitorii.

În primul rând, Economia constituie un ansamblu coerent de concepte, teorii şi principii despre realitatea economică, ca o reflectare universalizată a esenţei faptelor şi comportamentelor economice din societate.

În al doilea rând, ca ştiinţă socială, Economia studiază activitatea economică în complexitatea şi interdependenţele ei dinamice cu celelalte forme ale acţiunii umane, extinzând criteriul raţionalităţii şi eficienţei economice asupra practicii sociale în totalitatea sa. De aici şi legăturile sale cu celelalte ştiinţe sociale. Economia se distinge şi se autonomizează în sistemul ştiinţelor sociale mai ales prin modul economic de abordare a comportamentului uman, prin varabilele şi mecanismele studiate (care de regulă sunt cele ale pieţei), precum şi prin principiile şi predicţiile pe care le formulează.

În al treilea rând, Economia abordează realitatea economică ca un singur tot, unele probleme fiind analizate şi aprofundate din unghiul microeconomic iar altele din cel macroeconomic. Misiunea ei este de a realiza o structura unitară, constituind ceea ce unii specialişti numesc trunchiul de bază al ştiinţei economice, nucleul teoretic dur al acesteia şi totodată depozitarul principalelor cuceriri ale cunoaşterii ştiintifice în domeniu.

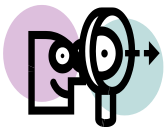
Ca realitate complexă şi interrelaţionată, viaţa economică poate fi abordată şi analizată din unghiuri diferite. Pe acesta bază, disciplina *Economie* (Economics-ul) se împarte în două mari componente sau ramuri: microeconomia (Microeconomics) şi macroeconomia (Macroeconomics).

Microeconomia este acea componentă a economiei care analizează faptele, procesele şi comportamentele economice, manifestate ca entităţi individuale, autonome şi specifice, precum şi relaţiile dintre aceste entităţi elementare ale vieţii economice. Domeniile prioritare de cercetare ale microeconomiei sunt: preferinţele şi alegerile consumatorilor individuali; deciziile producătorilor (firmelor) care susţin oferta de bunuri; funcţionarea pieţelor

individuale şi formarea preţurilor în cadrul diferitelor tipuri de piaţă; remunerarea factorilor şi formarea veniturilor.

Macroeconomia, cealaltă componentă a economiei, cercetează mărimile sau variabilele globale din economie, numite agregate, interdependenţele dintre aceste agregate şi performanţele globale ale economiei unei ţări. Agregatele macroeconomice cele mai semnificative sunt producţia, venitul şi consumul din economia unei ţări (PIB-ul), cererea şi oferta agregate, indicele general al preţurilor, ocuparea şi şomajul, inflaţia, deficitul bugetar etc. Macroeconomia se ocupă în principiu de aceleaşi fapte sau realităţi ale vieţii economice, abordate însă ca variabile şi structuri globale (departajate de aspectele individuale sau particulare) întrucât ea (analiza macroeconomică) este preocupată în principal de comportamentul şi situaţia economiei unei ţări în ansamblul său.

În abordarea problemelor economice atât la nivel microeconomic cât şi macroeconomic, economiştii fac distincţie între ceea ce este sau se întâmplă în realitate şi ceea ce oamenii ar dori sau consideră că ar fi bine să se întâmple. Distincţia menţionată se referă la economia pozitiva şi economia normativă.



Să ne reamintim...

Activitatea economică este abordată atât la nivel microeconomic, adică din perspectiva unui singur agent economic (producător sau consumator), cât şi la nivel macroeconomic, ceea ce înseamnă că actele, faptele şi fenomenele economice sunt urmărite la nivelul întregii economii, cu ajutorul agregatelor macroeconomice.

Economia pozitivă se ocupă de cunoaşterea şi prezentarea realităţilor economice, oferind explicaţii asupra a ceea ce este în fapt sau ceea ce se poate întâmpla în economie dacă se întrunesc anumite condiţii sau se produc anumite evenimente. Abordarea pozitivă se foloseşte de instrumente şi tehnici de analiză prin care faptele şi realităţile evidente din universul economic sunt identificate, descifrate şi apoi ordonate pentru a prevedea evenimentele şi a găsi regulile desfăşurării lor în timp şi spaţiu. În general, ipotezele şi predicţiile economiei pozitive sunt verificabile (testabile) prin confruntarea lor cu faptele din lumea reală.

Economia normativă arată ceea ce trebuie să fie în economie şi cum ar trebui acţionat ca activitatea economică să se încadreze în anumite limite de normalitate. Abordarea normativă operează astfel cu judecăţi de valori şi aprecieri ce au la bază şi alte criterii decât cele strict economice. De aceea, afirmaţiile normative nu sunt testabile şi, ca urmare, dezacordurile asupra lor nu pot fi clarificate apelând la observaţii şi analize empirice.

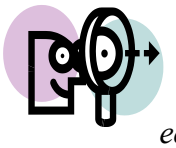
Conţinând o serie de valori şi criterii (filozofice, etice, culturale, ecologice etc.) prin care faptele economice sunt interpretate şi apreciate, problemele şi întrebările care privesc economia normativă se cer dezbătute şi rezolvate în mod raţional, dar apelând la alte instrumente decât cele care ţin de analiză pozitivă. De aici şi motivul principal pentru a

delimita abordările normative de cele pozitive în economie, fără a considera că primele nu sunt folositoare sau nu trebuie să-i preocupe pe economişti

Aşadar, economiştii profesionişti trebuie să aibă conştiinţa şi perspectiva clară a metodologiei pe care o practică şi să evite confuzia între analiza pozitivă şi judecata normativă. Mai mult, abilitatea lor de a distinge între pozitiv şi normativ este considerată drept componenta cheie a fundamentării economiei ca ştiinţă.

Exemple: „Existenţa fenomenului şomajului ridicat reduce producţia realizată sub nivelul celei potenţiale", sau „creşterea gradului de fiscalitate are ca efect reducerea cererii de consum şi de investiţii" sunt afirmaţii pozitive, care pot fi testate (şi au fost confirmate de observaţiile empirice). În schimb, aserţiuni precum „ şomajul ridicat trebuie să îngrijoreze şi să preocupe serios autoritatea publică", sau „guvernul trebuie să introducă salariul minim garantat şi să aplice impozitul progresiv pe venit" sunt afirmaţii normative. Ele nu pot fi testate şi verificate ca fiind veridice sau neadevărate, deoarece se referă la valori şi criterii de justiţie socială şi nu la fapte economice ca atare.

Aceasta nu înseamnă că economiştii nu trebuie să se preocupe şi să dezbată probleme care privesc judecăţi de valoare de genul celor menţionate mai sus. Important este ca afirmaţiile şi concluziile economiştilor să rezulte din ipotezele şi predicţiile testabile ale teoriilor lor, pentru că altfel teoria economică ar fi ruptă de lumea reală a faptelor economice.



Să ne reamintim...

Economia pozitivă *arată ceea ce este în fapt sau ceea ce se poate întâmpla în economie dacă se întrunesc anumite condiţii, evenimente, în timp ce,* ***economia normativă*** *arată ceea ce trebuie să fie în economie şi cum ar trebui acţionat astfel încât să se obţină anumite rezultate în activitatea economică.*

01:10

2.4 Metoda economiei: procedee, tehnici şi instrumente de analiză economică

Orice ştiinţă, ca sistem ordonat de cunoaştere a realităţii înconjurătoare, se bazează pe un ansamblu de reguli, procedee şi tehnici de cercetare reunite sub denumirea de metodă..

Ca oricare altă ştiinţă, economia dispune de o metodă proprie de cercetare, interpretare şi cunoaştere a realităţii economice. Fiind o ştiinţă relativ tânără, economia a beneficiat de progresele realizate în domeniul metodei moderne de cercetare şi a împrumutat unele instrumente şi tehnici de la ştiinţe anterior constituite. Aceasta a făcut însă necesară adaptarea metodologiei generale de cercetare sau a procedeelor preluate de la alte ştiinţe în rigorile metodei specifice economiei, capabile să dezvăluie regulile sau principiile comportamentului uman din postura abordării economice.

În privinţa preocupărilor economiştilor în domeniul metodei de cercetare, acestea pot fi urmărite sistematic începând cu procesul constituirii economiei politice ca disciplină distinctă şi apoi a dezvoltării sistemului ştiinţelor economice în ansamblu. Principalele momente şi faze ale dezvoltării ştiinţei economice în decursul timpului, la care ne-am referit

în paragrafele precedente, s-au bazat şi pe progresele realizate în domeniul metodei de cercetare. Începând cu reprezentanţii economiei politice clasice şi continuând cu toate şcolile şi curentele de gândire economică, marii economişti ai timpurilor au avut preocupări (mulţi dintre ei şi realizări remarcabile) în domeniul metodologiei acestei ştiinţe.

În procesul îndelungat al formării şi dezvoltării ştiinţei economice, acesta şi-a constituit un sistem metodologic complex, format în principal din: inducţia şi deducţia; analiza şi sinteza; procedeul abstractizării şi clauza „ceteris paribus"; unitatea dintre metoda istorică şi cea logică de analiză economică; modelarea matematică şi ilustrarea grafică a ipotezelor şi relaţiilor dintre variabilele economice; utilizarea metodelor cantitative şi a tehnicilor statistice de analiză economică, precum şi alte procedee de cercetare şi cunoaştere ştiinţifică a faptelor economice. În cele ce urmează vom prezenta o parte a acestor procedee, instrumente şi tehnici care privesc metodologia ştiinţei economice, urmărind îndeosebi rolul lor în elaborarea principiilor sau teoriilor economice.

Inducţia şi deducţia sunt două moduri interdependente de raţionare şi de expunere a rezultatelor cercetării, care implică şi folosirea altor tehnici şi instrumente de analiză economică. Inducţia este procedeul de a raţiona trecând de la particular la general, de la fapte la generalizări. Orice ipoteză sau presupoziţie referitoare la comportamentul economic al oamenilor poate fi formulată numai ca urmare a trecerii de la identificarea şi cercetarea atentă a faptelor la generalizări. Deducţia reprezintă modul de raţionare de la general la particular, de la principii generale la implicăţiile unor manifestări sau fenomene particulare. Sprijinindu-se pe observarea şi cunoaşterea esenţei faptelor, respectiv pe rezultatele inducţiei, deducţia este operaţiunea intelectuală care permite, din punctul de vedere al unor concepte sau teze generale, să se înţeleagă profund fenomenele economice şi condiţiile producerii lor, să fie explicate ştiinţific aspectele particulare ale unor realităţi economice.

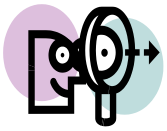
Analiza şi sinteza constituie, de asemenea, două procedee interdependente de studiere şi cunoaştere a realităţii economice. Analiza înseamnă că fiecare fenomen economic studiat este descompus şi disecat în elementele sale simple, pentru a li se identifica natura şi locul ca parte necesară a întregului. Sinteza presupune ca elementele identificate şi analizate să fie din nou reunite, stabilite legăturile interne (cauzale sau funcţionale) şi reconstituit întregul ca unitate.

Abstracţia ştiinţifică este o altă componentă de bază a metodologiei economiei, care – cum sublinia profesorul american de origine română N. Georgescu-Roegen, „constituie cea mai valoroasă scară a oricărei ştiinţe". Pentru a dezvălui esenţa fenomenelor economice, legăturile interne şi repetabile în producerea unor fapte economice, ştiinţa economică nu se poate folosi de mijloace şi tehnici specifice cercetării de laborator, ca în cazul aşa-numitelor ştiinţe experimentale (fizica, chimia, biologia etc.). De aceea, economia – ca şi alte ştiinţe sociale – apelează în principal la forţa abstracţiei ştiinţifice, al cărui rezultat este formularea unor principii sau teorii asupra realităţii economice pe care o reflectă.

Principiile sau teoriile economice sunt, aşadar, abstracţii ştiinţifice, ele fiind cele care dau relevanţă, concizie şi, mai ales, valoare cognitivă şi practică economiei ca ştiinţă. În procesul de abstractizare în diferite etape ale elaborării teoretice, un principiu (o regularitate sau o legitate) este întotdeauna formulat cu clauza, „celelalte condiţii rămânând neschimbate", pentru care se foloseşte expresia latină „*ceteris paribus*".

Exemplu: cea mai importantă concluzie a teoriei cererii spune că, dacă nimic altceva nu se modifică – ceteris paribus, orice modificare a preţului pe piaţa unui bun va determină modificarea în sens invers (negativ) a cantităţii cerute de cumpărători din acel bun.

Clauza *ceteris paribus* pleacă, deci, de la premisa că unele elemente ale analizei economice sunt date, considerate stabile, în timp ce altele sunt variabile. Acest procedeu este o aplicare a principiului logicii conform căruia „interpretarea evoluţiei fenomenului se face prin recunoaşterea unui punct stabil de referinţă".



Să ne reamintim...

Inducţia *este un mod de a raţiona ce porneşte de la aspecte particulare pentru a ajunge la concluzii generale, în timp ce demersul logic al* ***deducţiei*** *este de la general la particular.*

Clauza ***ceteris paribus*** *arată că „celelalte condiţii rămânând neschimbate", iar prin* ***abstracţia ştiinţifică,*** *pentru că fenomenele economice sunt foarte complexe, atenţia cercetătorilor se concentrează asupra unui aspect, făcând abstracţie de celelalte, considerate cunoscute.*

În economie, clauza ceteris paribus nu este şi verificată prin experimente controlate ca în cazul ştiinţelor exacte, unde fenomenul poate fi în mod efectiv izolat de celelalte condiţii când influenţa fiecărui factor în parte este studiată. În cercetarea şi cunoaşterea ştiinţifică a realităţii economice, economiştii dispun însă de o mare cantitate de date şi informaţii permanent generate de economie. Ele pot fi folosite pentru a oferi observaţii şi concluzii empirice în raport cu care teoriile pot fi astfel testate.

Tehnicile statisticii moderne au fost dezvoltate pentru a testa riguros concluziile şi predicţiile deduse din ipotezele teoriilor, în situaţiile în care mai multe variabile se modifică simultan, iar observaţiile şi informaţiile disponibile nu provin din experimente controlate.

În principal, o teorie economică dezvoltată cuprinde: conceptele de bază care definesc variabilele economice folosite, un număr de ipoteze şi predicţii referitoare la comportamentul acestor variabile şi relaţiile între ele, precum şi la condiţiile în care se aplică acea teorie.

Variabilele economice sunt mărimi care pot lua diferite valori posibile. Ele constituie componentele de bază ale teoriilor elaborate şi folosite de economişti atât în abordările micro cât şi macroeconomice. De aceea, fiecare variabilă economică trebuie denumită şi definită cu maximă concizie şi claritate, pentru a evita confuziile terminologice sau semantice. Preţul, producţia, costul şi venitul sunt exemple de variabile importante folosite în teoria producătorului sau a firmei, iar venitul şi produsul naţional, indicele general al preţurilor şi deficitul bugetar sunt variabile frecvent întâlnite în analizele macroeconomice.

Expresie a complexităţii şi diversităţii deosebite a realităţii economice pe care o exprimă, teoriile şi modelele construite şi folosite de economişti cuprind un număr impresionant de variabile economice de tipuri şi forme diferite. Pentru studierea şi stăpânirea lor este important de la început să facem distincţia necesară în privinţa a doua categorii de variabile economice: de flux şi de stoc; endogene şi exogene.

Variabilele de flux sunt numite toate acele variabile care implică o dimensiune temporală, care exprimă o mărime într-un orizont de timp. **Variabilele de stoc** sunt numite acele variabile care nu au o dimensiune în timp, ci reprezintă mărimi existente la un moment dat.

Exemple: Dacă analizăm o variabilă de flux trebuie să facem referire la perioada analizată (de exemplu, costurile şi încasările unei firme într-o lună, trimestru sau an, veniturile şi cheltuielile unei gospodării într-o săptămână sau lună etc.), iar când determinăm o variabilă de stoc trebuie precizat momentul la care se referă (de exemplu, suma în numerar sau cea existentă într-un depozit bancar, la sfârşitul unei zile, de care dispune o persoană, sau soldul activelor fizice şi financiare care formează patrimoniul firmei la data încheierii bilanţului etc.).

Variabilele endogene sunt considerate variabile analizate şi caracterizate în interiorul unei teorii. **Variabilele exogene** sunt numite variabilele care au o determinare în afara teoriei, dar care pot influenţa variabilele endogene.

Exemple: Preţul grâului cotat la bursă este o variabilă endogenă explicată în cadrul teoriei pieţei cerealelor, în timp ce starea vremii, care poate influenţa în mod semnificativ producţia de grâu şi implicit preţul grâului, este o variabilă exogenă, fiind determinată de factori naturali, în afara teoriei preţurilor.

Teoriile economice sunt construite pe baza supoziţiilor despre comportamentul variabilelor economice şi modul în care acestea sunt corelate între ele. Faptele sau fenomenle care alcătuiesc universul economic sunt puternic interrelaţionate, formând deseori succesiuni sau înlănţuiri destul de lungi şi complicate de evenimente. Dacă teoria economică şi-ar propune să copieze şi să descrie această realitate s-ar ajunge la aglomerări ecletice de descrieri şi definiţii care nu ar adăuga prea mult la modul nostru de a înţelege. De aceea, teoria economică operează cu abstractizarea şi simplificarea realităţii prin construirea a ceea ce economiştii numesc modele economice.

Modelul economic este un cadru logic de analiză, o reprezentare simplificată a unor fapte sau procese din economie în scopul evidenţierii acţiunii şi interdependenţei dintre fenomenele cercetate. Modelele economice reţin numai acele aspecte care sunt relevante pentru ananliza respectivă, fiind destinate să dea sens şi coerenţă unei succesiuni de evenimente observate şi să formuleze relaţii explicite şi concise între variabilele teoriei.

În prezent, în construirea de modele, ştiinţa economică face frecvent apel la procedeele matematice. Modelarea matematică este un instrument eficient pentru deducerea concluziilor sau predicţiilor din ipotezele teoriei dar, mai ales, un mod de exprimare precis şi concis a relaţiilor dintre variabilele economice. Aceste relaţii pot fi de diferite tipuri: relaţii funcţionale, relaţii de comportament, relaţii sau ecuaţii de echilibru ş.a.

Relaţiile care se produc cu repetabilitate şi se presupun că se păstrează în teorii (care au caracter de principii sau regularităţi) sunt exprimate sub formă de ecuaţii algebrice, iar multe

dintre ele (cum sunt relaţiile funcţionale între variabilele economice) chiar şi geometric, sub formă de grafice. Ilustrarea grafică este deosebit de sugestivă şi este aplicată aproape de fiecare dată când este cazul unor relaţii funcţionale între variabilele teoriei.

Modelarea matematică prin reproducerea schematică a unui fenomen sau proces economic, sub forma unui sistem liniar sau analog – constituie o treaptă importantă în realizarea efectivă a **unităţii analizei cantitative şi calitative**. În măsura în care sunt cunoscute principiile şi regula de producere şi mişcare a faptelor economice, analiza cantitativă este calea de aflare a sensului şi intensităţii acestei mişcări. Cercetarea ambelor laturi în conexiunea lor constituie un aspect important al metodei, în condiţiile adâncirii gradului de complexitate a economiei şi a caracterului deosebit de dinamic al acesteia.

Prezentaţi şi exemplificaţi cele mai utilizate metode de cercetare utilizate în economie.

.....
.....
.....

01:50

Rezumat

- Economia, considerată trunchiul de bază al ştiinţei economice, reprezintă un ansamblu coerent de concepte, principii, teorii despre realitatea economică, realitate ce poate fi abordată atât la nivel microeconomic (la nivelul unui singur agent economic – producător sau consummator), cât şi la nivel macroeconomnic (la nivelul întregii economii, cu ajutorul agregatelor).
- Economia pozitivă arată ceea ce este în fapt sau ceea ce se poate întâmpla în economie dacă se întrunesc anumite condiţii, evenimente, în timp ce, economia normativă arată ceea ce trebuie să fie în economie şi cum ar trebui acţionat astfel încât să se obţină anumite rezultate în activitatea economică.
- **Inducţia** este un mod de a raţiona ce porneşte de la aspecte particulare pentru a ajunge la concluzii generale, în timp ce demersul logic al **deducţiei** este de la general la particular.
- Clauza **ceteris paribus** arată că „celelalte condiţii rămânând neschimbate”, iar prin **abstracţia ştiinţifică,** pentru că fenomenele economice sunt foarte complexe, atenţia cercetătorilor se concentrează asupra unui aspect, făcând abstracţie de celelalte, considerate cunoscute.
- Variabilele flux sunt mărimi variabile în timp, iar variabilele stoc sunt mărimi existente la un moment dat.
- Variabilele endogene reprezintă acele variabile analizate şi caracterizate din interiorul unei teorii, în timp ce variabilele exogene sunt din afara teoriei, putând influenţa însă variabilele endogene.

02:00

Test de evaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 20 de minute

1)Analizati diferenţa dintre microeconomie şi macroeconomie. Exemplificaţi.

2)Economia este o ştiinţă normativă sau pozitivă ? Exemplificaţi.

3)Faceţi distincţie între variabilele flux şi variabilele stoc. La fel si între variabilele endogene şi cele exogene.

4)Ce metode de cercetare economică cunoaşteţi?

Test de autoevaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 15 minute

1. Ştiinţa economică studiază:

a) producţia şi consumul de bunuri economice;
b) atragerea şi utilizarea resurselor;
c) comportamentul agenţilor în societate;
d) comportamentul uman în procesul de alocare a resurselor limitate în scopul satisfacerii unor nevoi nelimitate;
e) problemele concrete cu care se confruntă economiile naţionale.

2. Care din afirmaţiile de mai jos reprezintă definiţia corectă a microeconomiei:

a) microeconomia se concentrează asupra studiului agregatelor;
b) microeconomia se ocupă cu studiul activităţii agenţilor economici individuali;
c) microeconomia este acea ramură a ştiinţei economice care studiază legăturile dintre agenţii economici individuali;
d) microeconomia reprezintă acea parte a economiei care oferă răspunsuri la problemele individuale ale agenţilor economici;
e) microeconomia studiază politicile de combatere a dezechilibrelor economice.

3. Enunţul „ Dacă scad preţurile, atunci creşte puterea de cumpărare a banilor” este o afirmaţie

a) pozitivă;

b) normativă;
c) aplicativă;
d) subiectivă;
e) afirmativă.

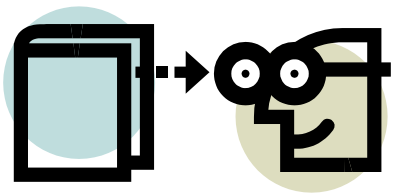
4. Enunţul „ Pentru a reduce şomajul, guvernul trebuie să încurajeze investiţiile” este o afirmaţie:

a) explicativă;
b) imperativă;
c) normativă;
d) pozitivă;
e) nedeterminată.

5. Alegeţi varianta care nu exprimă o problemă macroeconomică:

a) politica fiscală;
b) ponderea deficitului bugetar în PIB;
c) reducerea deficitului balanţei de plăţi;
d) minimizarea costurilor la firma „X”;
e) salariul minim pe economie.

Răspunsuri corecte: 1. d; 2. b; 3. a; 4. c; 5. d.



Bibliografie

1. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Economie, Ediţia a VIII-a, Editura Economica, Bucureşti, 2009
2. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Dicţionar de Economie, Ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 2003
3. Dudian Monica, coordonator – Economie, Editura C. H. Beck, Bucureşti, 2006
4. Frois G.A. - Economie politică, Editura Humanitas, Bucureşti, 1994
5. Housman D. - Filosofia ştiinţei economice. Antologie, Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
6. Lipsey R., Chrystal A. - Economia pozitivă, Editura Economică, Bucureşti, 1999
7. Manea G. Iliescu E.M. - Microeconomie, Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 2006

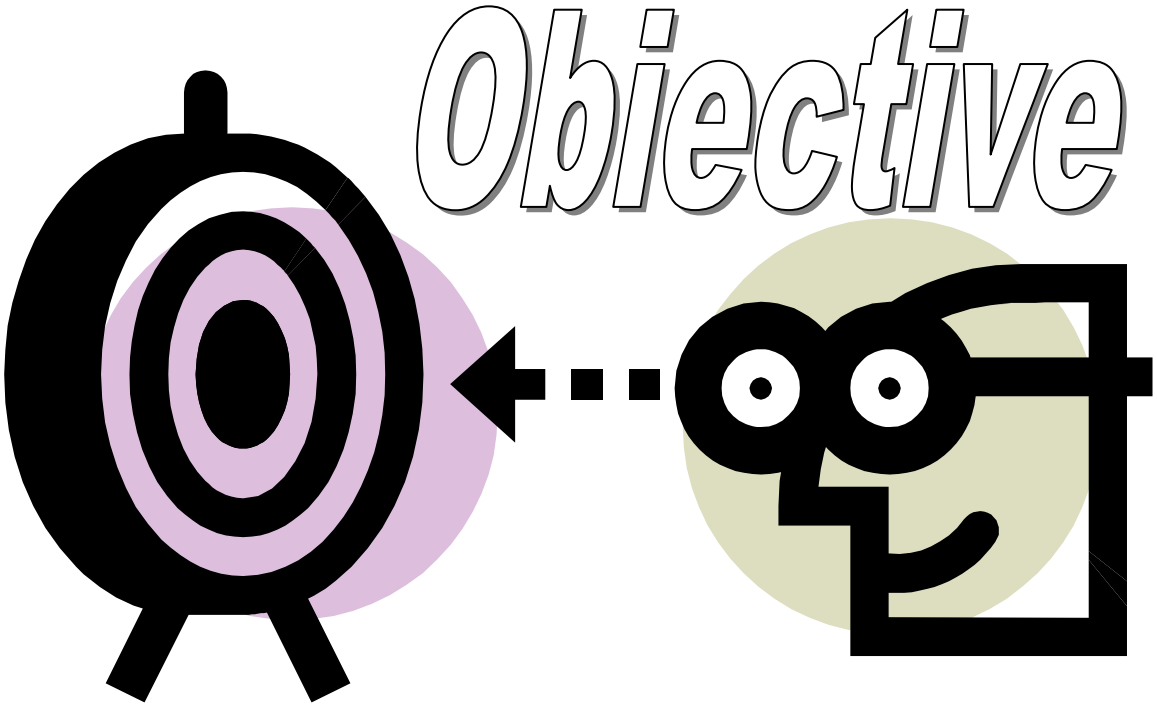
8. Popescu C., Ciucur D., Gavrilă I., Popescu Ghe. - Teorie economică generală. Vol. I. Microeconomie , Ediţia a doua, Editura ASE, Bucureşti, 2008
9. Stiglitz J.,. Walsh C. – Economie, Editura Economică, Bucureşti, 2005
10. Varian Hal - Intermediate microeconomics, a modern approach, W.W. Norton, USA, 2000

Unitatea de învăţare 3. Economia de piaţă: caracterizare generală

Cuprins

3.1 Economia naturală şi economia de schimb
3.2 Tipuri de sisteme economice
3.3 Modelul teoretic şi sistemul real al economiei de piaţă
3.4 Banii şi rolul lor în economia de piaţă

.



- Cunoaşterea conţinutului şi a trăsăturilor economiei de schimb ca formă universală de organizare a economiei contemporane.
- Precizarea unor delimitări conceptuale necesare înţelegerii corecte a sintagmei "economie de piaţă".
- Însuşirea caracteristicilor fundamentale ce definesc modelul teoretic al economiei de piaţă şi a tipurilor în care aceasta se întâlneşte în economiile reale.
- Cunoaşterea principalelor aspecte legate de geneza, natură şi evoluţia formelor banilor şi funcţiile acestora în economia de piaţă.

00:00

Introducere

Viaţa economică nu s-a desfăşurat dintotdeauna pe baza regulilor economiei de piaţă, economie ce nu se identifică, desigur, ca sistem economic, cu piaţa însăşi. Piaţa şi instrumentele corespunzătoare ei au o existentă istorică mult mai îndelungată decât sistemul economiei de piaţă. Aceasta se caracterizează printr-un timp istoric mult mai scurt, care a apărut de fapt ca o negare a unor fapte de economie precapitalistă, în care predominantă era economia naturală.

3.1 Economia naturală şi economia de schimb. Trăsături generale ale economiei de schimb

Timp necesar: 180 minute

După parcurgerea unităţii veţi fi în măsură să răspundeţi la întrebările:

- **Ce este economia naturală?**
- **Care sunt trăsăturile economiei de schimb şi care sunt cele două modele teoretice de organizare şi funcţionare a acesteia?**
- **Care este diferenţa dintre sistemul teoretic şi sistemul real al economiei de piaţă?**
- **Care sunt funcţiile banilor?**
- **Ce reprezintă valoarea banilor?**

Viaţa economică s-a desfăşurat de-a lungul timpului în variate forme, în funcţie de civilizaţiile cunoscute de omenire, de condiţiile materiale în care au apărut şi s-au dezvoltat aceste civilizaţii. Activitatea economică a avut însă acelaşi scop – satisfacerea trebuinţelor umane prin bunurile economice create de producători pentru autoconsum sau pentru a fi înstrăinate, vândute. O lungă perioadă de timp din istoria umanităţii, nevoile de consum ale oamenilor au fost asigurate în principal pe bază de autoconsum, adică prin utilizarea rezultatelor propriei activităţi, fără a apela la schimb.

Aceasta formă de organizare a activităţii economice reprezintă ***economia naturală***.

Economia naturală a fost dominantă în condiţiile unui nivel scăzut de dezvoltare economică, cu un număr limitat de trebuinte, de regulă cele elementare.

Economia de schimb reprezintă acea formă de organizare şi funcţionare a economiei în care, bunurile economice sunt produse pentru a fi destinate schimbului, prin vânzare-cumpărare.

Schimbul înseamnă aşadar, înstrăinarea rezultatului propriei activităţi sau a altor bunuri economice deţinute, pentru a primi în contraprestaţie alte bunuri economice necesare sau monedă, considerate echivalente.

Economia de schimb a a apărut pe o treaptă superioară de dezvoltare a activităţii economice, pe baza a două condiţii esenţiale: *diviziunea socială a muncii* şi *autonomia, independenţa agenţilor economici producători.* .

Prin **diviziunea muncii**, agenţii economici se specializează în producerea unei game restrânse de bunuri, în cantităţi mari, astfel încât pentru satisfacerea propriilor nevoi de consum, apelează la schimb.

Aceasta crează o puternică reţea de dependenţe şi interdependenţe între agenţii economici şi premisele creşterii eficienţei.

Autonomia, independenţa producătorilor impune libera initiaţivă a agentului economic, necesitatea ca schimbul să fie realizat pe criterii economice, bazându-se de fiecare dată pe o anumită formă de proprietate.

Cele două forme de organizare au coexistat şi s-au intercondiţionat o foarte lungă perioadă de timp. De aceea, delimitarea lor se face pe baza criteriului preponderenţei pe care o formă sau alta o deţine în ansamblul activităţii economice.

După cum s-a arătat, de-a lungul timpului economia naturală a înregistrat o tendinţă continuă de restrîngere.

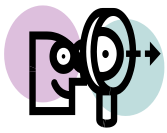
În prezent, elementele sale se întâlnesc în gospodăriile agrare tradiţionale,

economia de schimb reprezentând forma universală de organizare şi funcţionare a economiei.

Deşi a cunoscut şi cunoaşte numeroase aspecte specifice, de la o perioadă la alta, se observă o serie de ***trăsături generale****:* diviziunea socială a muncii; autonomia, independenţa agenţilor economici producători; activitatea economică gravitează în jurul pieţei; legăturile economice dintre agenţi se desfăşoară sub forma tranzacţiilor bilaterale; bunurile produse îmbracă forma de marfă; schimbul se desfaşoară prin intermediul banilor, respectiv monetizarea economiei.

O componentă intrinsecă şi o trăsătură fundamentală a economiei de schimb este ***piaţa*** adică, ansamblul relaţiilor de vânzare-cumparare de mărfuri dintre agenţii economici, fiecare având interese proprii şi reprezentând centre de decizie şi acţiune economică.

Să ne reamintim...



O lungă perioadă de timp din istoria omenirii, activitatea economică a fost organizată sub forma economiei naturale, ceea ce înseamnă că nevoile de consum erau satisfăcute în special pe bază de autoconsum (consumul rezultatelor propriei activităţi).

Odată cu dezvoltarea şi progresul activităţilor economice a apărut economia de schimb, care în prezent este predominantă. În cadrul acestui mod de organizare, bunurile economice sunt produse pentru a fi destinate schimbului, prin vânzare-cumpărare.

Trăsăturile generale ale economiei de schimb sunt: diviziunea socială a muncii; autonomia, i agenţilor economici producători; activitatea economică gravitează în jurul pieţei; legăturile economice dintre agenţi se desfăşoară sub forma tranzacţiilor bilaterale; bunurile produse îmbracă forma de marfă; schimbul se desfaşoară prin intermediul banilor.

Pe măsura extinderii economiei de schimb, a generalizării acesteia, piaţa devine sursa principală de informaţii pentru deciziile agenţilor economici, instituţia centrală în jurul căreia gravitează întreaga viaţă economică.

În condiţiile economiei de shimb, bunurile economice îmbracă forma de marfă.

Marfa reprezintă un bun economic util, care serveşte producţiei sau satisface nevoile de consum ale oamenilor şi este destinat schimbului prin tranzacţiile bilaterale de piaţă

Schimbul de bunuri între agenţii economici poate avea loc direct – un bun contra altui bun (trocul) – sau prin intermediul banilor. În prezent partea covârşitoare a schimburilor dintre agenţii economici se realizează prin mijlocirea banilor, ceea ce face ca economia de schimb contemporană să funcţioneze ca o ***economie monetară***.

Exemple: Fac obiect al vânzării-cumpărării, adică sunt mărfuri, mai întâi **bunurile materiale** ce servesc ca factori de producţie sau la satisfacerea nevoilor de consum. Totodată, cunosc o mare extindere şi **bunurile marfare nemateriale**, respectiv serviciile şi informatiile (rezultate ale activităţii de creaţie tehnico-ştiinţifică, managerială şi cultural-artistice: licenţe şi brevete de invenţie, studii, mărci de fabrică şi de produs, drepturi de autor). De asemenea, sunt supuse schimbului prin intermediul monedei simbolurile avuţiei şi ale capitalului real aflate în circulaţie: acţiuni, obligaţiuni şi alte titluri de valoare.

00:50

3.2 Tipuri de sisteme economice

Modalităţile concrete prin care se dau răspunsuri la cele patru întrebări fundamentale ale economiei (ce, cât, cum şi pentru cine să produc) sunt generalizate sub forma a două modele teoretice de organizare şi funcţionare a economiei de schimb:

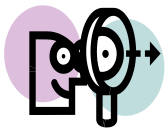
- **sistemul economiei de piaţă;**
- **sistemul economiei de comandă** (centralizată, planificată sau dirijată).

Fundamentarea teoretică a sistemului economiei de piaţă îşi are originea în filosofia liberalismului economic şi a iniţiativei private, sintetizată în principiul ”*mâinii invizibile”,* elaborat de A. Smith, respectiv principiul ”*laissez faire”,* potrivit căruia forţele pieţei - cererea şi oferta – sunt lăsate să acţioneze liber pe piaţă, fără nici un fel de intervenţie din partea statului sau a altor factori exogeni pieţei. Adam Smith a pus astfel bazele modelului teoretic al economiei de piaţă. De atunci el a fost dezvoltat şi chiar corectat de marii economişti şi şcolile economice pe care le-au reprezentat.

Modelul teoretic al economiei de comandă a fost iniţial fundamentat ca o reacţie la unele disfuncţionalităţi ivite în funcţionarea reală a economiei de piaţă şi, deci, ca o alternativă a acesteia. În cadrul unui astfel de sistem, principalele decizii economice sunt concentrate într-un centru unic de comandă, ca expresie a unei organizări economice şi politice de tip centralizat. Ca sistem real, economia de comandă a cunoscut o relativă extindere în secolul trecut, când aproape o treime din populaţia lumii trăia în ţări cu economie planificată centralizat.

Exemple: Ţările din fosta URSS, precum şi cele din Europa de Est au fost economii de comandă, o mare parte din secolul trecut. Eşecul economiilor de comandă sugerează că, pe termen lung, mecanismele pieţei concurenţiale oferă, în mod cert, un sistem mai eficient şi mai flexibil de coordonare a deciziilor faţă de planificarea centralizată a statului.

Cele două tipuri de sisteme economice trebuie interpretate în manieră generalizatoare, ca modele teoretice. În viaţa reală se constată că niciunul nu funcţionează în forma pură. Realitatea economică este întotdeauna mai bogată şi mai complexă decât generalizarea teoretică. În economia de schimb contemporană, se constată că se întrepătrund, în diferite proporţii, elemente şi mecanisme specifice sistemului de piaţă liberă cu cele de intervenţie a statului în economie. Din acest punct de vedere, unii analişti apreciază că economia de schimb contemporană, aşa cum funcţionează în fiecare ţară, se prezintă, cel mai adesea, ca un sistem de economie mixtă, care îmbină în proporţii diferite trăsăturile celor două sisteme.



Să ne reamintim...

Există două sisteme teoretice de organizare şi funcţionare a economiei de schimb: sistemul economiei de piaţă şi sistemul economiei de comandă. Acestea trebuie interpretate în general, ca modele teoretice, în viaţa reală, niciunul nefuncţionând în formă pură.

Economia de comandă presupune organizarea economică şi politică centralizată, controlată de stat, în timp ce în economia de piaţă, piaţa este cea care decide în mod liber ce, cât, cum şi pentru cine să se producă.

2.3 Modelul teoretic şi sistemul real al economiei de piaţă

Modelul teoretic al economiei de piaţă este construit pe o serie de premise care reprezintă fundamentele sale, caracteristicile generale ale acestui sistem.

Caracteristicile generale ale economiei de piaţă sunt evidenţiate, în principal, pe trei planuri conceptuale: *moral-filosofic; formal-instituţional şi tehnic-substanţial*.

Gândirea filosofică a secolului al-XVIII-lea şi economia politică clasică – dezvoltate ulterior – au aşezat la temelia sistemului economiei de piaţă ***principiul liberalismului*** economic şi primordialitatea individului. Individul (*homo œconomicus*) este o fiinţă liberă, inteligentă şi raţională, ghidată de interesul personal, potrivit principiului hedonist (maximum de satisfacţie în raport de efort). Oamenii îşi manifestă iniţiativa şi aleg alternative de acţionare numai ca persoane individuale, ei nu acţionează din capriciu ci numai din interes, iar înainte de a acţiona compară costurile cu beneficiile pentru şansele ce le au la dispoziţie, adică adoptă un comportament maximizator.

Din punct de vedere **instituţional-formal**, economia de piaţă se bazează pe instituţii juridice şi economice adecvate. Instituţiile juridice sunt dreptul de proprietate privată şi

egalitate între agenţii economici, iar instituţiile economice sunt întreprinderea, piaţa şi statul ca agent economic autonom.

Dreptul de proprietate al fiecărei persoane şi apărarea acesteia de către statul de drept reprezintă o caracteristică esenţială a economiei de piaţă. Proprietatea privatat-individuală sau pe bază de asociere, constituie suportul fundamental al liberei iniţiative care se manifestă prin ansamblul libertăţilor economice. Drepturile de proprietate formează o mare parte din regulile care guvernează majoritatea interacţiunilor sociale în care se angajează agenţii economici, hotărând ”cine, ce mişcări să facă şi în ce condiţii.

Consfinţită prin lege şi susţinută de statul de drept, **egalitatea între agenţii economici** autonomi este o altă caracteristică generală a economiei de piaţă. Ea este, în esenţă, expresia libertăţii subiecţilor economici privind exercitarea deplină a atribuţiilor proprietăţii şi se concretizează în libera iniţiativă, în libertatea de alegere privind acţiunile pe care le întreprind şi despre care cred că le vor aduce cel mai mare avantaj net. Libera iniţiativă reprezintă modalitatea specifică a afirmării libertăţilor economice şi cunoaşte o largă dezvoltare în condiţiile economiei de piaţă. Ea creează premisele pentru ca agenţii economici să participe voluntar şi constient la activităţile şi tranzacţiile economice, determinând acel comportament economic cotidian care conduce la realizarea unei activităţi economice raţionale cât mai eficiente.

Întreprinderea (firma) privată – individuală sau asociată – este entitatea economică principală a economiei de piaţă. Ea constituie cadrul de combinare şi utilizare eficientă a factorilor de producţie. Întreprinzatorul este promotorul iniţiativei şi raţionalităţii activităţii economice. În acest cadru, economia de piaţă ridică profitul la rang de mobil principal al activităţii economice, al aprecierii eficienţei utilizării factorilor de producţie.

Piaţa, ca loc de întâlnire a cererii şi ofertei, are un rol hotărâtor în desfăşurarea activităţii în economia de piaţă. Pentru sistemul economiei de piaţă e vorba, de fapt, de un salt calitativ în evoluţia procesului istoric de dezvoltare a instituţiei pieţei, prin existenţa unei ample reţele unitare de pieţe ale produselor şi ale factorilor de producţie.

Participarea **statului** la viaţa economică ca agent economic autonom – în calitate de producător, cumpărător, consumator – sau prin stabilirea cadrului legislativ şi instituţional adecvat reprezintă o altă trasătură de bază a sistemului economiei de piaţă. Statul este de fapt garantul bunei funcţionări a regulilor specifice economiei de piaţă.

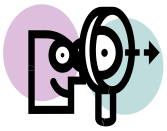
De asemenea, băncile, instituţiile financiare şi de asigurări constituie un agent economic indispensabil al economiei de piaţă.

Sistemul real al economiei de piaţă din economiile contemporane se prezintă printr-o mare diversitate de situaţii, de experienţe şi practici naţionale, în funcţie de tradiţii, condiţii istorice, social-politice şi culturale.

Studiile şi analizele comparative au dus la formularea unor tipuri sau modele de economie de piaţă reală, cum sunt: *modelul anglo-saxon; economia socială de piaţă; tipul nordic (suedez), economia paternalistă (tipul japonez).*

O amplă analiză în această direcţie e realizată de economistul Michel Albert în lucrarea “Capitalism contra capitalism”. El consideră că sistemul capitalist, cum îl numeşte autorul citat, se diferenţiază în două modele sau tipuri şi anume: **modelul neoamerican** (specific pentru SUA, UK, Australia etc.) şi **modelul renan** care îşi are nucleul în sistemul

economiei sociale de piaţă din Germania, dar care se regăseşte în linii generale şi în Suedia şi celelalte ţări nordice, în Elvetia, Austria, Olanda, Japonia.



Să ne reamintim...

Caracteristicile generale ale modelului teoretic al economiei de piaţă sunt: liberalismul economic, pluralismul formelor de proprietate, cu dominaţia proprietăţii private, dreptul de proprietate al fiecărei persoane şi apărarea acesteia de către statul de drept, egalitatea între agenţii economici autonomi, piaţa, ca loc de întâlnire al cererii cu oferta, participarea statului la viaţa economică ca agent economic autonom.
Sistemul real al economiei de piaţă din economiile contemporane se prezintă printr-o mare diversitate de situaţii, de experienţe şi practici naţionale, în funcţie de tradiţii, condiţii istorice, social-politice şi culturale.

01:50

3.4 Banii şi rolul lor în economia de piaţă

Economia de piaţă implică folosirea generalizată a banilor, ei însoţind şi influenţând orice acţiune economică. În accepţiunea teoriei clasice a valorii, banii reprezintă o marfă specială, separată spontan din lumea celorlalte mărfuri pe masura dezvoltării schimbului, care îndeplineşte rolul de echivalent al valorii şi instrument general al schimbului.

Definirea banilor în viziunea contemporană, când ei s-au desprins definitiv de ceea ce au fost la origine (marfa bani-aur), se face mai ales într-o manieră indirectă, pornind de la rolul sau funcţiile pe care ei le îndeplinesc.

Banii au apărut cu mult timp în urmă, iar în decursul evoluţiei lor au suferit profunde transformări până a ajunge la formele contemporane. În legătură cu problema genezei şi evoluţiei lor, autorii sunt de acord că în abordarea ei nu se poate face abstracţie de forma trocului, care a constituit punctul de plecare şi prima formă a schimbului de mărfuri.

Trocul sau reprezintă schimbul direct de produse – fară să intervină un alt mijlocitor – şi a fost caracteristic perioadei de început a economiei de schimb. Funcţionarea lui a implicat o serie de incoveniente care au frânat dezvoltarea diviziunii muncii şi a schimbului. El nu permitea să se ajungă la o expresie unică a raportului de schimb, la un etalon general al mărfurilor. Corespunzător naturii banilor ce au mijlocit raporturile de schimb, aceştia au cunoscut în evoluţia lor mai multe etape şi au îmbrăcat mai multe forme.

Prima etapa o reprezintă cea a **banilor-marfă**, care s-a caracterizat prin mijlocirea raporturilor de schimb de către anumite bunuri, mărfuri cu valoare intrisecă. Iniţial rolul banilor a fost îndeplinit de diverse bunuri (animale, piei, blănuri, metale etc.), pentru ca ulterior, pe masura dezvoltării schimbului, să revină în exclusivitate metalelor preţioase, îndeosebi a aurului. Prin urmare, aurul care a început să îndeplinească rolul banilor este la originea sa o marfă, banii-aur având toate calităţile necesare pentru a fi universal acceptaţi şi conservaţi. Pentru a înlesni schimbul s-a recurs la baterea monedelor, respectiv la folosirea unor bucăţi tipizate din metale preţioase de o anumită greutate, formă şi marcate cu însemne

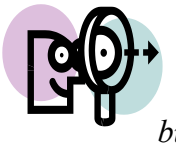
distinctive pentru a fi recunoscute. După unele informaţii, primele monede au fost emise în sec. al-VI-lea î. Ch. şi, practic până în secolul al XVII-lea d. Ch., banii au existat în principal sub formă de monezi de aur şi argint, diferite în timp şi spaţiu ca denumire, greutate sau conţinut de metal preţios.

În cadrul schimbului, banii se află în mâinile agenţilor economici şi, ca urmare, nu este obligatoriu ca ei să aibă valoare proprie, intrisecă. A apărut în acest fel posibilitatea ca banii-marfă să fie înlocuiţi în circulaţie cu bani fară valoare intrisecă, cu semne băneşti confecţionate dintr-un material comun. S-a trecut astfel, la etapa **banilor de hârtie.**

Banii de hârtie sunt semne băneşti care, la început înlocuiau, în procesul circulaţiei, banii cu valoare proprie. Practic, începând cu sec. al XVIII-lea, monedelor metalice aflate în circulaţie li s-au adaugat bancnotele emise de către bănci. Ele emiteau în schimb înscrisuri – bancnote – care certificau existenţa aurului în tezaurul băncii. Acest drept a fost rezervat, cu timpul, unei singure bănci, transformată în Bancă Centrală sau Bancă de Emisiune. Dacă iniţial suma bancnotelor nu putea să depăşească echivalentul în metal preţios, odată cu dezvoltarea comerţului şi pe masură ce stocul de aur a devenit insuficient, Banca Centrală a început să emită bancnote (bilete sau monedă fiduciară). Biletele de bancă aveau un curs legal şi erau acceptate în raporturile de schimb la acelaşi titlu ca şi metalul pretios, circulau în calitate de bani de credit şi aveau o dublă garantie: stocul de aur şi efectele comerciale (cambiile) aflate în portofoliul bancii centrale. Garanţia biletelor de bancă prin efecte comerciale are rolul de a asigura o legatură nemijlocită între emisiunea lor şi necesităţile de monedă în circulatie; întrucât biletele de bancă se emit cu ocazia creditării circulaţiei mărfurilor, (certificate de cambii scontate), la scadenţa creditului, ele se reîntorc în Banca de Emisiune sub forma achitării creditului (cambiei). În prezent, biletele de bancă şi-au pierdut stabilitatea iniţială, întrucât nu mai sunt de mult convertite în aur. Ele se emit nu numai pentru creditarea circulaţiei mărfurilor, ci şi pentru operaţiuni financiare ale statului etc. De aceea, semnele băneşti pot fi denumite bilete de bancă numai parţial (în măsura în care se emit pentru circulaţia mărfurilor), în cea mai mare parte ele transformându-se în bani de hârtie propriu-zişi sau hârtie-monedă. Aceştia au curs forţat, sunt neconvertibili în aur şi se emit, de regulă, pentru finanţarea cheltuielilor statului, inclusiv a deficitelor bugetare.

Acesta este, pe scurt, procesul evoluţiei istorice a banilor până în momentul în care ei s-au rupt definitiv de baza lor de aur. În economia contemporană, banii se prezintă deci, într-o mare diversitate de forme ca stare de existenţă: bani de hârtie, monedă divizionară, bani de credit sau bani de cont (scriptici), precum şi alte instrumente monetare Ei nu simbolizează valoarea materialului din care sunt confectionaţi şi nici a aurului. **Valoarea banilor** este dată de puterea lor de cumpărare, respectiv cantitatea de bunuri economice ce poate fi cumpărată cu o unitate monetară, la un moment dat. Semnele băneşti oferă, deci, o garanţie provizorie asupra puterii de cumpărare, deţinerea lor întemeindu-se pe încrederea că oricând această garanţie se poate valorifica.

Prin formele actuale de existenţă, banii joacă un rol esenţial în orice economie de piaţă, fluxurile monetare reprezentând, aşa cum se subliniază adesea, sângele care irigă sistemul economic. Rolul banilor în viaţa economică rezultă din analiza funcţiilor pe care aceştia le indeplinesc.



Să ne reamintim...

Putere de cumpărare a banilor (valoarea banilor), exprimă cantitatea de bunuri economice ce poate fi cumpărată cu o unitate monetară.

Funcţiile banilor au evoluat în timp în raport de natura şi formele banilor, de complexitatea activităţilor şi tranzacţiilor economice mijlocite de ei. Ca urmare, în literatura de specialitate s-au exprimat opinii şi formulări asupra rolului şi funcţiilor banilor. Cu toată diversitatea acestor opinii, pot fi identificate şi unele elemente de consens, care pun în evidenţă trei funcţii principale ale banilor, două în spaţiu şi una în timp. În spaţiu, banii sunt mijlocitor al schimbului şi unitate de calcul (măsură a valorii), iar în timp constituie un important instrument de economisire şi rezervă a valorii. Cele trei funcţii ale banilor care, în forme specifice, se manifestă şi în planul tranzacţiilor economice internaţionale, au la bază o proprietate esenţială a banilor şi anume – ei constituie activul cel mai lichid, sunt lichidităţi prin excelenţă.

Funcţia de mijlocitor al schimbului constă în aceea că banii permit disocierea celor doua contraprestaţii simultane ale trocului în două momente independente ale schimbului, în două tranzacţii succesive: *vânzarea* unui bun contra unei anumite sume de bani şi apoi schimbul banilor astfel obtinuţi pentru *cumpărarea* altui bun. Acest lucru face posibilă formarea unei reţele de preţuri care facilitează evaluarea şi schimbul bunurilor economice. Mijlocind schimbul, banii trec permanent de la un agent economic la altul, prin cantitatea şi viteza lor accelerând fluxurile şi tranzacţiile din economie.

Funcţia de unitate de calcul constă în aceea că banii permit măsurarea şi compararea bunurilor eterogene. Ei constituie un instrument universal de masură, aplicabil tuturor bunurilor materiale şi serviciilor sau unor drepturi actuale, trecute sau viitoare. Valoarea bunurilor se exprimă în bani, în preţul lor sau într-un raport al unei cantităţi de bani faţă de o cantitate de bunuri. Folosirea banilor permite, astfel, determinarea unei scări generale de preţuri, adică a unor raporturi de schimb comparabile, pe când trocul permitea doar raporturi de schimb particulare, necomparabile între ele datorită lipsei unei măsuri comune.

Funcţia de instrument de economisire şi rezervă este importantă pentru folosirea banilor, acţiune care se desfăşoară în timp. În această calitate banii acumulează şi păstrează valorile (avuţia), rezumând trecutul, fiind deci un instrument de economisire, iar pe de altă parte constituie un mijloc de asigurare a continuităţii activităţii, de legatură între prezent şi viitor.

Economisirea se bazează pe asigurarea că valoarea bunurilor de consum la care se renunţă ar putea fi regăsită în integritatea sa, în viitor, în momentul în care va fi decisă utilizarea disponibilităţilor băneşti puse în rezervă.

Atunci când banii sunt utilizaţi fie ca mijloc de schimb, fie ca unitate de calcul, fie ca instrument de economisire şi rezervă, ei posedă o calitate constantă, aceea de a fi oricând convertibili în bunuri economice sau în orice alt activ. Această calitate a banilor de a fi "purtători la alegere" este pusă în evidenţă prin noţiunea de **lichiditate**. Toate bunurile, cu excepţia banilor, au o destinaţie specială, ceea ce le conferă o anumită rigiditate. Dimpotrivă, banii nu au nici o destinaţie specială, ei constituind lichidităţi prin excelenţă, activul cel mai

lichid care poate fi schimbat – oricând şi fară nici un cost – pe orice alt activ ce face obiectul tranzacţiilor pe piaţă.

Să ne reamintim...

Funcţiile banilor *au evoluat în timp în raport de natura şi formele banilor însă, ies în evidenţă trei funcţii principale ale acestora: mijlocitor al schimbului, unitate de calcul, instrument de economisire şi rezervă.*

02:40

Analizaţi comparativ economia naturală şi economia de schimb

.....

.....

.....

.....

Rezumat

- **Economia naturală** reprezintă o formă de organizare autarhică (închisă) a activităţii economice, în care nevoile sunt satisfăcute din rezultatele propriei activităţi(prin autoconsum).
- **Economia de schimb** (denumită şi economie de mărfuri) reprezintă acea formă de organizare şi funcţionare a economiei în care bunurile economice sunt produse pentru a fi destinate schimbului prin vânzare-cumpărare.
- Economia de schimb a a apărut pe o anumită treaptă de dezvoltare a activităţii economice pe baza a două condiţii esenţiale: diviziunea socială a muncii şi autonomia, independenţa agenţilor economici producători. Dacă iniţial În prezent, economia de schimb este dominantă, ceea ce înseamnă că mai există încă şi economia naturală, într-o proporţie mult mai mică însă, în special în mediul agricol.
- **Marfa** reprezintă orice bun economic destinat vanzării – cumpărării, tranzacţiile putând-se realiza prin intermediul banilor sau prin troc (se primeşte în schimb un bun considerat echivalent ca valoare).
- Economia de schimb cunoaşte două forme de organizare: **sistemul economiei centralizate** şi **sistemul economiei de piaţă**. Trebuie făcută diferenţierea dintre modelul teoretic al economiei de piaţă, care este teoretic, ideal, un model către care tind toate economiile de piaţă şi modelul real al economiei de piaţă, care diferă de la ţară la ţară, în

funcţie de specificul fiecăreia.

- Economia de schimb implică folosirea banilor care, în evoluţia lor au cunoscut mai multe etape şi au îmbrăcat mai multe forme (etapa banilor marfă, etapa banilor de hârtie).
- **Rolul banilor** în viaţa economică rezultă din analiza funcţiilor pe care aceştia le indeplinesc. S-au identificat trei funcţii principale ale banilor: mijlocitor al shimburilor, unitate de calcul, instrument de economisire şi rezervă.
- **Valoarea banilor** este dată de puterea lor de cumpărare, respectiv cantitatea de bunuri economice ce poate fi cumpărată cu o unitate monetară, la un moment dat.

03:00

Test de evaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 20 de minute

1. Definiţi economia naturală.
2. Caracterizaţi modelul teoretic al economiei de piaţă.
3. Stabiliţi valoarea de adevăr a următoarei afirmaţii: “ O economie de piaţă este o economie de schimb, dar o economie de schimb nu este o economie de piaţă. “. Explicaţi răspunsul ales.
4. Cum explicaţi diversitatea modelelor de economie de piaţă reală? Exemplificaţi.
5. Caracterizaţi funcţiile banilor în economia de piaţă. Exemplificaţi.

Test de autoevaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 15 de minute

1. Principiul „mâinii invizibile” elaborat de Adam Smith se referă la:

a) economia serviciilor secrete;

b) reglarea spontană a economiei;

c) „găurile negre” din economie;

d) subvenţionare mascată a unor întreprinderi;
e) piaţa ”invizibilelor”.

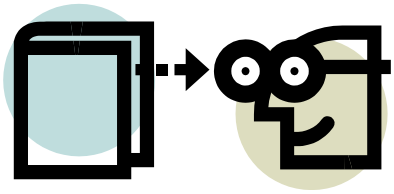
2. Care din elementele de mai jos sunt specifice economiei de piaţă:
a) banii;
b) proprietatea privată;
c) reglarea prin piaţă a activităţii economice;
d) dobânda şi creditul;
e) renta.

3. În cadrul economiei de schimb, economia naturală:
a) este pe cale de dispariţie;
b) nu există;
c) are o pondere redusă;
d) este preponderentă;
e) oricare din variantele de mai sus, în funcţie de sistemul economic – de piaţă sau centralizat.

4. Economia de schimb a apărut ca urmare a existenţei cumulative a următoarelor condiţii:
a) proprietatea privată şi banii;
b) statul şi proprietatea privată;
c) înclinaţia spre consum şi înclinaţia spre economisire;
d) diviziunea muncii şi independenţa producătorilor;
e) bunurile libere şi bunurile economice.

5. Marfa este:
a) orice bun economic care face obiecul vânzării – cumpărării;
b) orice bun economic cu utilitate pentru consumatorul său;
c) orice bun economic natural;
d) orice bun economic material;
e) orice bun economic.

Răspunsuri: 1.b; 2. c; 3. c; 4. d; 5. a.



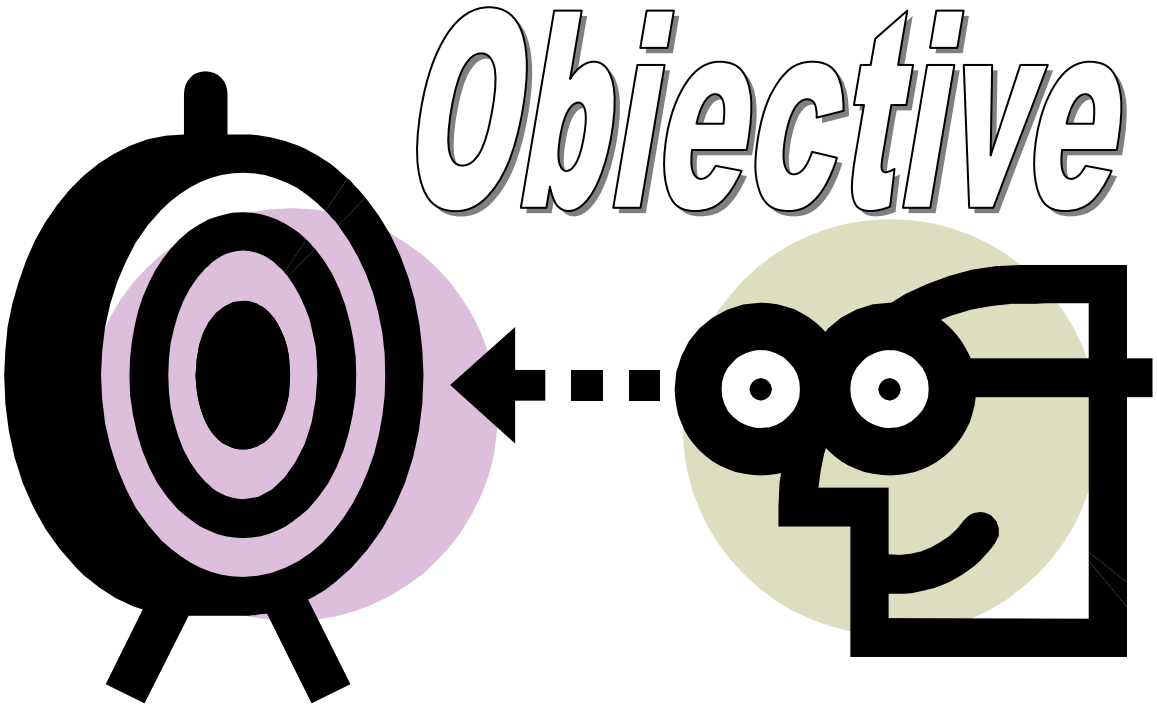
Bibliografie

1. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Economie, Ediţia a VIII-a, Editura Economica, Bucureşti, 2009
2. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Dicţionar de Economie, Ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 2003
3. Dudian Monica, coordonator – Economie, Editura C. H. Beck, Bucureşti, 2006
4. Frois G.A. - Economie politică, Editura Humanitas, Bucureşti, 1994
5. Housman D. - Filosofia ştiinţei economice. Antologie, Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
6. Lipsey R., Chrystal A. - Economia pozitivă, Editura Economică, Bucureşti, 1999
7. Manea G. Iliescu E.M. - Microeconomie, Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 2006
8. Popescu C., Ciucur D., Gavrilă I., Popescu Ghe. - Teorie economică generală. Vol. I. Microeconomie , Ediţia a doua, Editura ASE, Bucureşti, 2008
9. Stiglitz J.,. Walsh C. – Economie, Editura Economică, Bucureşti, 2005
10. Varian Hal - Intermediate microeconomics, a modern approach, W.W. Norton, USA, 2006

Unitatea de învăţare 4: Agenţii economici şi fluxurile economice

Cuprins

4. 1 Agenţii economici: concept şi tipologie
4. 2 Circuitul economic şi fluxurile în economia de piaţă
4. 3 Organizarea afacerilor



•Identificarea tipurilor reprezentative de agenţi economici, ale căror roluri şi comportamente sunt esenţiale în studiul microeconomiei;

•Cunoaşterea fluxurilor ce iau naştere în tranzacţiile dintre agenţii economici pe pieţele bunurilor şi ale factorilor de producţie;

•Redarea în formă schematică a circuitului economic în vederea uşurării înţelegerii interrelaţiilor dintre pieţe şi a locului agenţilor economici pe aceste pieţe;

•Descrierea modului de organizare a sectorului afacerilor reprezentat de către firm

00:00

Introducere

În toate evenimentele şi procesele economice sunt implicaţi agenţi economici, ale căror acţiuni şi interacţiuni dau subsatanţă şi sens vieţii economice. Înţelegerea condiţiilor de existenţă ale diferitelor categorii de agenţi economici, a comportamentelor proprii fiecărei categorii de agenţi economici stă la baza demersului cognitiv asumat de ştiinţa economică.

4.1 Agenţii economici şi tipologia lor în economia de piaţă

În sens general, prin agent economic se înţelege o persoană sau un grup de persoane care, în calitate de participant la viaţa economică, îndeplinesc funcţii bine determinate.

Agenţii economici reprezintă entităţi de natură socială (indivizi sau grupuri) care concep şi promovează, în mod coerent şi sistematic acţiuni decurgând din interesele lor.

Orice agent economic elementar întruneşte mai multe trăsături definitorii: este identificabil şi posibil de observat ca un subiect distinct al vieţii economice; este purtătorul unor interese proprii pe care le converteşte în scopuri ale acţiunii sale; are un comportament specific, constând în decizii şi acţiuni specifice; dispune de resurse proprii care îi permit să-si promoveze comportamentul adoptat; are capacitatea de a iniţia şi întreţine relaţii cu alti agenţi economici elementari, de a-şi exercita influenţa asupra mediului său ambiant şi de a recepta, la rândul său, influenţele acestuia.

Comportamentul adoptat de agenţii economici se supune principiului raţionalităţii, care se referă la faptul că fiecare agent economic îşi promovează propriile interese (scopuri) prin acţiuni supuse inerent unor restricţii determinate de limitarea resurselor disponibile. Pe scurt, agenţii economici adoptă un comportament maximizator în condiţiile unor constrângeri; în acest context ei fac obiect de studiu al microeconomiei.

Timp necesar: 120 minute

După parcurgerea unităţii veţi fi în măsură să răspundeţi la întrebările:

- **Care sunt principalele categorii de agenţi economici la nivel microeconomic şi care este rolul acestora?**
- **Ce reprezintă circuitul economic?**
- **Ce reprezintă fluxurile economice şi care sunt principalele categorii de operaţiuni economice?**
- **Sub ce formă de organizare se pot prezenta firmele în economia de piaţă?**

Din punct de vedere al analizei microeconomice, esenţială este împartirea agenţilor economici în trei grupe: gospodăriile, firmele şi guvernul sau statul.

Gospodariile sunt definite prin persoanele fizice care trăiesc în aceeaşi casă (locuinţă) şi care iau decizii referitoare la utilizarea resurselor lor financiare. Ele îndeplinesc două roluri fundamentale în teoria microeconomică. În primul rând gospodăriile sunt proprietarii factorilor de producţie ale căror servicii le vând, primind în schimb venituri. În al doilea rând, gospodăriile îşi cheltuiesc veniturile de care dispun, achiziţionând bunurile de consum de care au nevoie. În această calitate ne referim la acest tip de agent economic utilizând denumirea de **consumator**. În analiza comportamentului său se presupune că fiecare consumator caută satisfacţia sau utilitatea maximă, evident în limitele impuse

de resursele disponibile.

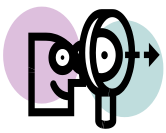
Firma este agentul economic de partea ofertei în teoria microeconomică a pieţelor produselor. Ea este definită ca unitate care achizitionează şi utilizeaza factorii de producţie pentru a produce bunuri pe care apoi le vinde pe piaţă. Din aceste motive firma este adesea numita **producător**.

Microeconomia atribuie firmei, ca agent economic elementar, câteva trăsături caracteristice. În primul rând, fiecare firmă este tratată ca unitate individuală de comportament de partea ofertei (producţiei) , la fel cum gospodăria este tratată ca unitate individuală de comportament de partea cererii (consumului). În al doilea rând, în rolul său de agent producător, firma este principalul utilizator de factori de producţie, achizitionând serviciile acestora de pe pieţele factorilor la preţurile lor. În al treilea rând, se presupune că, de regulă, firmele iau deciziile având ca scop obţinerea profitului. Această motivaţie (de maximizare a profitului) este analoagă scopului consumatorului, de maximizare a utilităţii.

Autoritatea publică este a treia categorie de actori prezentă (alături de producători şi consumatori) pe scena economiei de piaţă. Cunoscută adesea sub denumirea de stat sau guvern, acest tip de agent economic include acele instituţii care aparţin sau îşi datorează existenţa autorităţilor locale sau centrale şi ale căror acţiuni pot influenţa comportamentul producătorilor şi consumatorilor; de exemplu, acţiunile structurilor autorităţii publice privind reglementările în domeniul preţurilor şi concurenţei sau al protecţiei consumatorului. De aceea, în temele care se ocupă de studiul pieţelor individuale de către microeconomie include adesea şi aspecte legate de funcţiile specifice autorităţii publice ca agent economic.

Trebuie avut în vedere faptul că, în sectorul public sunt incluse atât întreprinderi care au ca scop obţinerea de profit (regiile autonome), ceea ce înseamnă că se încadrează în categoria producătorilor, cât şi instituţiile publice nonprofit (administraţiile publice), care sunt incluse în categoria consumatorilor.

Gospodăriile, împreună cu firmele private, alcătuiesc sectorul privat al economiei, iar administraţiile centrale şi locale împreună cu întreprinderile publice reprezintă sectorul public. Relaţiile dintre primele două categorii de agenţi economici sunt de natură comercială, specifice tranzacţiilor între purtătorii cererii şi ai ofertei. În schimb, raporturile lor cu administraţia publică sunt în principiu relaţii necomerciale, specifice tranzacţiilor unilaterale rezultate din exercitarea de către administraţiile publice a funcţiei lor principale, aceea de redistribuire a veniturilor. Toate aceste tranzacţii care au loc între agenţii economici dau naştere fluxurilor economice.



Să ne reamintim...

Din punct de vedere microeconomic,este importantă împartirea agenţilor economici în trei categorii: gospodăriile (menajele, familiile)- incluse în categoria consumatorilor, firmele – incluse în categoria producătorilor şi autoritatea publică (guvernul sau statul).

00:15

4.2 Circuitul economic şi fluxurile în economia de piaţă

Ideea fluxului circular în teoria economică porneşte de la ipoteza unui circuit închis în sensul că, pentru fiecare agent economic, mărimea fluxurilor intrate este egală cu marimea fluxurilor ieşite.

Elementele care definesc circuitul economic sunt: activităţile economice, subiecţii economici, tranzacţiile şi obiectul acestora.

Activitatiile constituie cauza tranzacţiilor economice şi se referă la totalitatea operaţiilor care urmăresc direct sau indirect satisfacerea trebuinţelor umane cu bunuri materiale şi servicii. În ansamblu, ele sunt extrem de numeroase şi de diverse, dar pot fi reduse la trei mari categorii de operaţiuni economice şi anume:

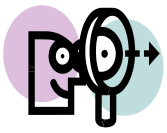
a) **Operaţiuni cu bunuri materiale şi servicii**, care se referă la producţia, circulaţia şi utilizarea bunurilor pentru consumurile intermediare şi consumul final, exporturile şi importurile, consumul sau deprecierea capitalului fix, achiziţiile nete de terenuri şi active încorporale,etc.

b) **Operaţiuni de repartiţie**, prin care se efectuează formarea şi redistribuirea veniturilor;

Exemple: operaţiuni de repartiţie privind procesul de producţie şi circulaţie a bunurilor (plata salariilor, impozite directe şi indirecte, contribuţiile sociale, subvenţii de exploatare şi pe produs); formarea veniturilor din titluri de proprietate (dobânzi, rente, chirii, dividente); formarea veniturilor de transfer prin administraţiile publice (pensii, ajutoare, burse) etc.

c) **Operaţiuni financiare**, care se referă la fluxurile şi variaţiile de creanţe şi datorii între agenţii sau subiectii economici participanţi la viaţa economică. Unii din participanţi au resurse de finanţare care exced la un moment dat nevoile lor; ele dispun ca urmare, de mijloace de plată, plasate sub formă de depozite la termen sau transferabile la vedere (în monedă naţională şi în monedă straină) rezerve tehnice de asigurare etc. Alţi agenţi economici au însă nevoi de finanţare mai mari decât resursele proprii disponibile: în măsura în care îşi găsesc creditori, aceştia se îndatorează şi devin debitori, sub forma împrumuturilor pe termen scurt şi lung, obligaţiunilor emise etc. Operaţiuniile financiare constituie contrapartida celei mai mari părţi a operaţiunilor cu bunuri şi a celor de repartiţie, care de regulă presupun prezenţa monedei şi a creditului.

Subiecţii tranzacţiilor economice sunt agenţii economici analizaţi în paragraful precedent: gospodăriile sau menajele, întreprinderile sau firmele, instituţiile financiar-bancare, administraţiile publice, administraţiile private, străinătatea sau restul lumii.



Să ne reamintim...

Tranzacţiile economice reprezintă totalitatea operaţiunilor economice care urmăresc direct sau indirect, satisfacerea trebuinţelor umane cu bunuri materiale şi servicii. In funcţie de scopul lor, operaţiunile economice sunt de trei tipuri: operaţiuni cu bunuri materiale şi servicii, care se referă la producţia, circulaţia şi

utilizarea bunurilor economice, operaţiuni de repartiţie, prin care se efectuează formarea şi redistribuirea veniturilor şi operaţiuni financiare, care se referă la fluxurile şi variaţiile de creanţe şi datorii între agenţii economici.

Agenţii economici sunt consideraţi subiecţii tranzacţiilor economice.

Tranzacţiile care intervin în derularea circuitului activităţii în condiţiile economiei de piaţă pot fi diferenţiate în funcţie de operaţiunile la care se referă, de obiectul şi spaţiul în care acestea se desfasoară, precum şi de modalităţile de realizare a lor.

În ţările cu economie de piaţă, partea covârşitoare a tranzacţiilor dintre agenţii economici se realizează prin intermediul pieţei şi sunt numite tranzacţii de piaţă. Ele sunt **tranzacţii bilaterale**, în care oricărui transfer al unui bun produs, al serviciului unui factor de producţie îi corespunde o contrapartidă (contraserviciu) concretizată într-un alt bun, factor de producţie sau echivalent în monedă.

Activităţile economice şi rezultatele acestora care nu se realizează prin intermediul pieţei nu dau naştere la tranzacţii de piată: de exemplu, bunurile produse şi consumate în gospodării. De asemenea, în economie au loc şi **tranzacţii unilaterale** care sunt transferuri de bunuri, de servicii ale factorilor sau de monedă fără a primi în schimb un contraserviciu.

Exemple: Tranzacţiile unilaterale sunt de două categorii: transferuri curente, care se efectuează sistematic (impozite şi taxe, contribuţii de asigurări sociale, subvenţii de exploatare, pensii şi ajutoare etc) şi transferuri de patrimoniu, care intervin mai rar şi produce la unul din agenţii economici o modificare a patrimonului (suplimentarea învestiţiilor întreprinderilor de către administraţiile publice, donaţii etc) .

Orice tranzacţie de piaţă este reprezentată prin două fluxuri în sens contrar; astfel, fluxului de bunuri şi celui de factori de producţie le corespund, din direcţie opusă, fluxuri echivalente în monedă. Ilustrarea grafică a acestor fluxuri este reprezentată în Figura 4.1.

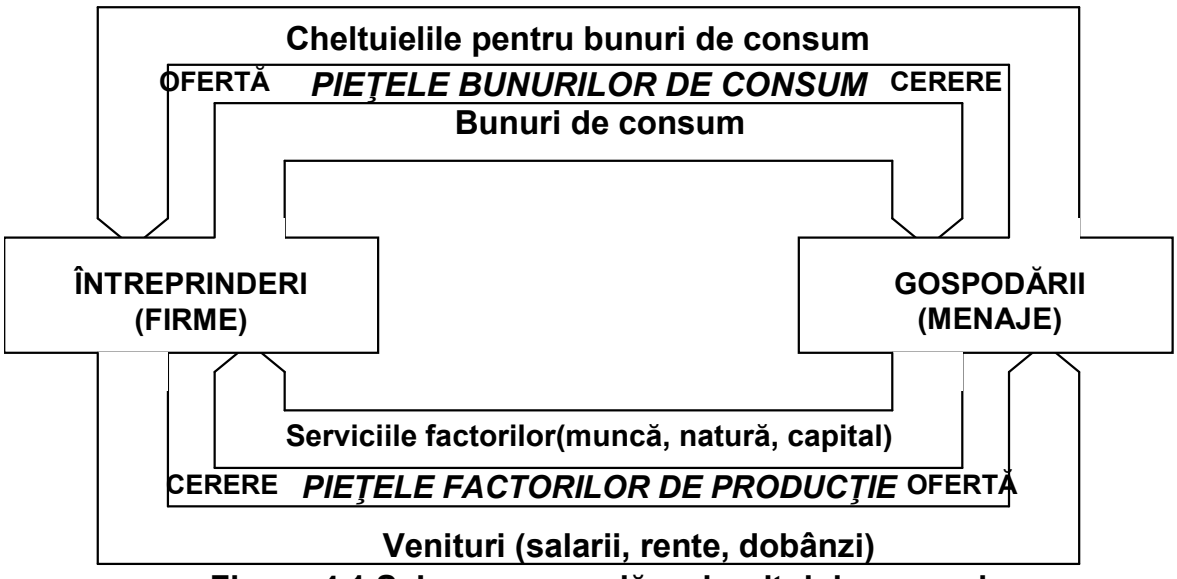


Figura 4.1 Schema generală a circuitului economic

Ea reflectă, într-o formă sistematizată, circuitul economic sau, cum mai este denumit, fluxul circular al activităţii economice, ca expresie generalizată a tranzacţiior ce au loc între principalii actori ai pieţei: producătorii şi consumatorii. Se consideră astfel, că bunurile şi serviciile sunt produse numai de către firme, care sunt achiziţionate şi consumate în totalitate de către gospodării. De asemenea, se face abstracţie de formarea patrimonului, precum şi de fluxurile dintre firme care sunt considerate producţie şi respectiv, consum intermediar.

Inelul interior din Figura 4.1 reflectă fluxurile de bunuri de consum şi pe cele de servicii ale factorilor, denumite fluxuri reale, esenţa circuitului economic. Ele arată că menajele pun la dispoziţia firmelor servicii ale factorilor, iar acestea din urmă furnizează menajelor bunurile şi serviciile de care au nevoie. Resursele sau factorii de producţie reprezintă intrările în circuitul economic, iar utilizarea lor în activitatea economică de către întreprinderi se concretizează prin obţinerea de bunuri materiale şi servicii de consum – outputul circuitului economic.

Inelul exterior din Figura 4.1 reflectă aceleaşi tranzacţii bilaterale dintre cele două sectoare pe baza fluxurilor monetare de venituri şi cheltuieli; rezultă că fluxurile reale de bunuri şi de servicii ale factorilor sunt însoţite alternativ prin fluxuri de venituri şi fluxuri de cheltuieli. Astfel, plata serviciilor factorilor reprezintă venituri pentru menaje şi cheltuieli (costuri) pentru întreprinderi, iar veniturile menajelor utilizate pentru cumpărarea de bunuri de consum reprezintă încasări (venituri) pentru firme.

Din schema fluxului circular al activităţii economice rezultă că menajele şi firmele participă simultan atât pe piaţa resurselor sau a factorilor de producţie, cât şi pe piaţa bunurilor de consum, îndeplinind simultan rolul de cumpărători şi de vânzători. Astfel, pe piaţa factorilor, întreprinderile se află în poziţia cumpărătorului, al purtătorului cererii, iar menajele de partea ofertei, vânzand firmelor producătoare serviciile resurselor lor. Pe piaţa bunurilor, aceste poziţii se înversează: întreprinderile se găsesc în postura vânzătorului, iar menajele de partea cererii, cumpărând bunuri şi servicii produse şi oferite de firme.

După cum am apreciat, în analiza fluxului circular al activităţii economice prezentat în Figura 4.1, s-a făcut abstracţie de formarea patrimoniului, considerând că menajele cheltuiesc integral veniturile lor pentru cumpărarea de bunuri de consum şi că aceste bunuri reprezintă întreaga producţie a firmelor. Dar, în realitate, menajele nu utilizează integral veniturile lor pentru bunuri de consum, o parte a acestor venituri fiind economisite.

Economiilor (E) le corespunde partea din producţia perioadei care nu este destinată menajelor sub formă de bunuri de consum, ci investiţiilor (I). Diferenţa dintre fluxuri, V – C = I şi V – C = E îşi găseşte reflectarea în modificarea patrimoniului de bunuri de investiţii (bunuri de capital) existent la începutul perioadei şi care conduce la sporirea potenţialului productiv al economiei (Figura 4.2).

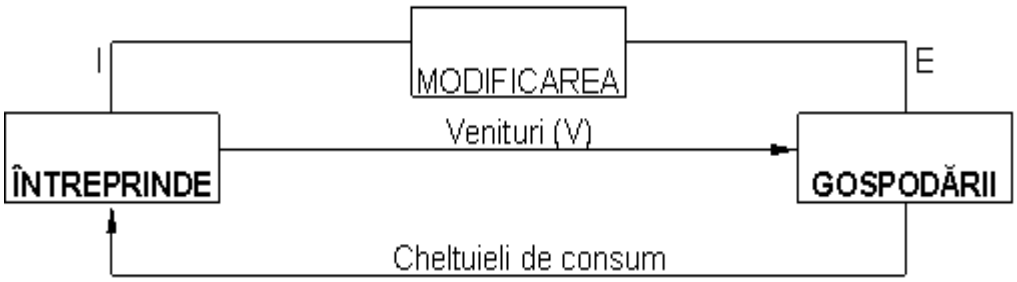


Figura 4.2. Modificarea patrimoniului

Operaţiunile care iau naştere, în procesele de mobilizare, transformare şi redistribuire a resurselor băneşti nu se realizează în mod direct între întreprinderi (firme) şi gospodării (menaje). Aceste tranzacţii sunt mijlocite de instituţii de credit, a căror funcţie principală constă în aceea de intermediar financiar între ceilalti agenţi economici.

În desfăşurarea activităţii, în economia de piaţă, intervine şi autoritatea publică (administraţiile) care, în calitate de agent economic, exercită în principal funcţia de redistribuire a veniturilor. Fluxurile de intrări către acest agent economic, respectiv veniturile au ca sursă impozitele şi taxele, iar fluxurile de ieşire, respectiv cheltuielile, constau în plăţi de transfer. Din figura 4.3 rezultă că sectorul public încasează impozite de la firme (If) şi de la menaje (Im). De asemenea, el efectuează transferuri către firme (subvenţii – S) şi către menaje (Tm). Prin natura operaţiilor care le dau naştere (de redistribuire a veniturilor), aceste tranzacţii sunt unilaterale, cu fluxuri într-un singur sens (fără fluxuri în sens opus, care reflectaă primirea în schimb a unui contraserviciu), ce conduc la creşterea veniturilor agentului economic care primeşte şi diminuarea veniturilor celui care face transferul. Se înţelege că în schema privind locul sectorului public în circuitul economic se face abstracţie de alte operaţii şi tranzacţii la care participă acest sector.

Exemple: Operaţiuni şi tranzacţii la care participă sectorul public: plata muncii angajaţilor din administraţiile publice, prestarea de servicii gratuite către populaţie (aşa-numitele tranzacţii invizibile sau presupuse), unele tranzacţii bilaterale, cum este cazul achiziţionării de la firme a bunurilor şi serviciilor necesare funcţionării instituţiilor şi infrastructurilor publice.

4.3 Organizarea afacerilor. Întreprinderea

01:15

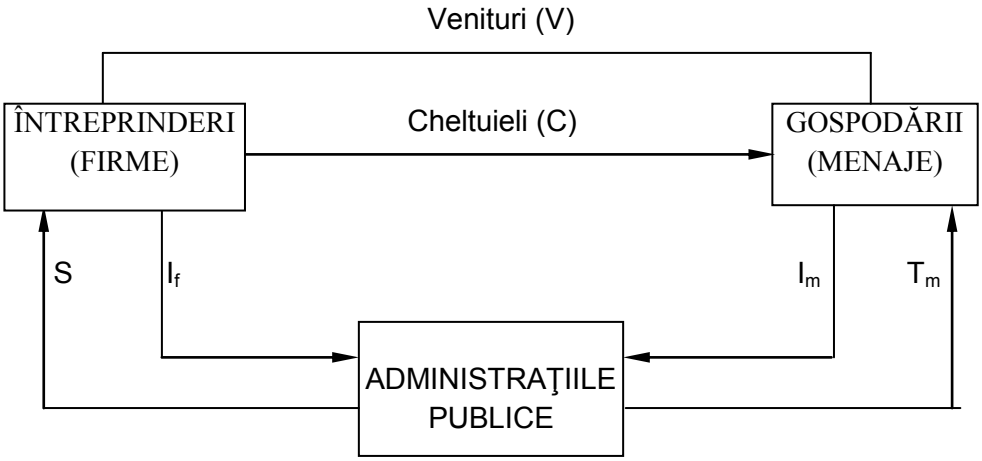


Figura 4.3 Locul administraţiilor publice în circuitul economic

În economia de piaţă, agenţii economici din sectorul afacerilor – respectiv întreprinderile sau firmele – cunosc forme tipice de organizare, fiecăreia dintre forme corespunzându-i un anumit regim economic şi juridic de funcţionare. Opţiunea pentru o anumită formă de organizare revine subiecţilor economici care, în calitate de întreprinzători sau proprietari, iniţiază o activitate economică în sectorul afacerilor. Evident, subiectul respectiv va alege acea formă de oragnizare care, în raport de cadru legal existent, le apare drept cea mai favorabilă promovării intereselor privind dezvoltarea afacerii respective.

Întreprinderea sau firma reprezintă o organizaţie economică sub o singură conducere şi o singură gestiune financiară (patrimoniul). Ea poate să cuprindă una sau mai multe unităţi de producţie care efectuează activităţi identice în mai multe spaţii geografice sau care desfăşoară genuri diferite de activităţi în una sau mai multe zone comerciale. În sens strict juridic, firma reprezintă un nume sub care o persoana fizică sau juridică exercită o activitate comercială sau cu un scop lucrativ (de profit). Unitatea cu productia cea mai mare sau cu marca cea mai cunoscută defineşte, de regulă, organizaţia economică punându-şi amprenta asupra întregii activităţi a firmei.

O întreprindere se particularizează prin obiectul propriu de activitate precum şi prin caracteristicile sale din punctul de vedere al formei de proprietate şi a modului lor de organizare, ţinând seama de natura răspunderii pe care şi-o asumă subiecţii, de drepturile şi obligaţiile acestora etc.

Întreprinderea individuală îmbracă de obicei forma unor unitaţi economice administrate şi operate pe cont propriu de către însuşi proprietarul lor; acesta, ajutat eventual

de membrii familiei sau de un număr redus de angajaţi exercită şi întregul volum de muncă aferent funcţionarii firmei. Premisa constituirii unor astfel de firme o reprezintă libera iniţiativă a subiecţilor interesaţi să-şi pună în valoare, în mod autonom, propriile competenţe profesionale şi manageriale într-un domeniu dat. Firmele din această categorie funcţionează pe baza proprietăţii private individuale asupra activelor. Ele prezintă avantajul flexibilităţii şi adaptabilităţii la cerintele pieţei, al mobilităţii în ceea ce priveşte gama activităţilor lor şi a locului de funcţionare. În cazul acestui tip de întreprindere, iniţiativa întreprinzătorului are aria cea mai mare de manifestare, iar răspunderea celui ce deţine o asemenea firmă este nelimitată.

Într-o economie de piaţă dezvoltată, întreprinderile individuale sau firmele cu un singur proprietar sunt predominante numeric, însă contribuie cu o mică parte la producţia naţională. Firma individuală este, de regulă, o întreprindere de talie mică şi, din acest motiv, ea este relativ vulnerabilă faţă de fluctuaţiile conjuncturale ale pieţei. Posibilităţile ei de dezvoltare sunt, de asemenea, limitate, depinzând de credite bancare, care sunt însă mai greu de obţinut, tocmai datoritâ riscurilor ridicate şi dificultăţilor de a folosi drept garanţie activele firmei.

În economia de piaţă contemporană**, societatea comercială** (compania, corporaţia) constituie forma principală de întreprindere sau firmă. Ea reprezintă o organizaţie economică formată din mai multe persoane fizice si/sau juridice (asociaţii sau acţionarii), persoane care contribuie la formarea unui patrimoniu social în scopul desfăşurări unei activităţi lucrative. Societatea comercială este o persoană juridică distinctă faţă de persoanele fizice si/sau juridice care o compun. Ca întreprindere, societatea comercială reprezintă cadrul organizatoric de combinare şi utilizare cu eficienţă cât mai mare a factorilor de producţie avansaţi, rezultatele obtinute fiind împărţite între membrii acesteia.

Există două tipuri fundamentale de societăţi comerciale: societăţi comerciale de persoane (sau firma asociativă) şi societăţile comerciale de capitaluri.

Societăţile comerciale de persoane se impart, la rândul lor, în societăţi în nume colectiv şi societăţi în comandită simplă. Societatea în nume colectiv este compusă dintr-un singur fel de asociaţi şi se caracterizează prin aceea că aportul asociaţior sub formă de părţi sociale este netransmisibil, iar obligaţiile financiare ale societăţii sunt garantate de asociaţi, care răspund nelimitat şi solidar de pasivul social. Societăţile în comandită simplă se caracterizează de asemenea prin faptul că aportul asociaţilor nu este negociabil şi transmisibil, dar asociaţii se compun în două categorii: comanditaţii – care răspund în mod solidar şi nelimitat pentru obligaţiile asumate de societate – şi comanditarii – care răspund numai cu marimea aportului lor la formarea capitalului social.

Societăţile comerciale de capitaluri se impart în societăţi în comandită pe acţiuni şi societăţi anonime pe acţiuni. Societăţile în comandită pe acţiuni sunt formate dintr-un număr limitat de acţionari, iar acţiunile nu sunt, de regulă, transmisibile decât cu consimţământul companiei respective. Comanditaţii sunt răspunzători nelimitat şi solidar pentru pasivul capitalului social, iar comanditarii răspund de obligaţiile societăţii numai în limita acţiunilor subscrise.

Societăţile anonime pe acţiuni reprezintă forma cea mai reprezentativă de societate comercială în economia de piaţă contemporană. Capitalul este format din contribuţia

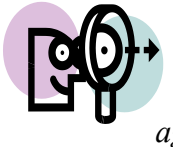
acţionarilor sub forma unor înscrisuri (actiuni), care reprezintă fracţiuni egale şi constante ale capitalului social. Societatea anonimă pe acţiuni constituie o asociere de capitaluri şi nu o asociaţie de persoane. Drepturile şi riscul sunt reduse numai la valoarea subscrisă, iar acţiunile pot fi transferate fără nici o restricţie. Având o mare răspândire, aceste societăţi creează posibilitatea mobilizării unor capitaluri mici, precum şi a economiilor băneşti ale populatiei. Aceste societăţi sunt conduse de reprezentantii alesi de adunarea generala a acţionarilor, realizându-se astfel, o separare între conducerea firmei şi proprietate.

Societăţile cu raspundere limitată reprezintă o formă de societate comercială care combină în organizarea şi funcţionalitatea ei elemente imprumutate atât de la societăţile de persoane, cât şi de la societăţile de capitaluri.

Întreprinderea publică reprezintă o formă de organizare a sectorului economic de stat şi, deci, nu are acţionari sau asociaţi. Întreprinderile publice (regii autonome etc.) au ca obiect exploatarea şi valorificarea în scop de profit a unor bunuri aflate în proprietatea statului. Regiile publice sunt persoane juridice, au drept de folosinţă asupra bunurilor din patrimoniul lor, funcţionează pe baza de gestiune economică şi autonomie financiară. În acest cadru, esenţial este caracterul lor de întreprindere sau firmă şi nu cel de proprietate. Asemenea întreprinderi, al căror patrimoniu face obiectul proprietăţii publice, funcţionează tot pentru piaţă, ca şi societăţile comerciale. Ele sunt create în situaţiile în care organizarea de societăţi comerciale nu ar putea asigura satisfacerea în condiţiile normale a cererii; de exemplu unitatile de producţie legate de apărarea naţională, întreprinderi care se ocupa de dezvoltarea sau exploatarea unor infrastructuri sau utilităţi de înteres public etc.

Alte forme de organizare a întreprinderilor sau firmelor sunt: **societăţile mixte** – de stat şi private – **cooperativele** meştesugarilor, agricultorilor etc. În scopul minimizării costurilor de producţie şi măririi profitabilităţii, în organizarea firmelor are loc şi un proces de integrare. Aceasta poate fi: integrare verticală, când o serie de firme se angajează într-un anumit domeniu de producţie sau desfacere; integrare pe orizontală, când unele firme sunt angrenate în producerea unor bunuri diferite pentru aceeaşi piaţă şi care se presupun reciproc.

Cartelul reprezintă o înţelegere între două sau mai multe firme independente care produc aceleaşi mărfuri, înţelegere stabilită în legatura cu: zona geografică de aprovizionare şi desfacere; nivelul producţiei sau nivelul preţului de desfacere a produselor; înfiinţarea unui oficiu comun care asigură vânzarea mărfurilor sau care se ocupă de aprovizionare. **Trustul** apare prin fuzionare – verticală sau orizontală – a unor firme, proprietarii acestora devenind coacţionari. **Holdingul** reprezintă o societate sau companie care deţine cea mai mare parte a acţiunilor mai multor firme. Fiecare firmă de holding îşi păstrează identitatea şi forma de organizare, precum şi pieţele de aprovizionare şi desfacere, legăturile dintre compania principală şi filiale realizându-se numai în domeniul financiar şi învestiţional. În general, toate aceste combinaţii şi aranjamente dintre firme sunt admise legal numai dacă nu încalcă reglementarile cu privire la concurenţa legală sau legislaţia antimonopol (antitrust) .



Să ne reamintim...

În funcţie de forma de proprietate şi modul de organizare şi funcţionare, agentul economic agregat denumit generic întreprindere sau firmă, se

prezintă sub diferite forme: întreprinderile private individuale, societăţi comerciale de persoane şi de capitaluri, întreprinderile publice sau regiile autonome, societăţiile mixte (publice şi private) , carteluri, holdinguri, trusturi, etc.
Societăţile anonime pe acţiuni reprezintă forma cea mai reprezentativă de societate comercială în economia de piaţă contemporană.

Caracterizaţi succint cele trei grupe de agenţi economici la nivel microeconomic.....
.....
.....
.....

01:45

Rezumat

- Agentul economic reprezintă o entitate (persoană sau un grup de persoane) care, în calitate de participant la viaţa economică concepe şi promovează, în mod coerent şi sistematic acţiuni decurgând din propriile interese şi care, prin urmare, îndeplineşte funcţii bine determinate.
- Din punct de vedere al analizei microeconomice, esenţială este împartirea agenţilor economici în trei grupe: gospodăriile, firmele şi guvernul (statul).
- Elementele care definesc circuitul economic sunt: activităţile economice, subiecţii economici, tranzacţiile şi obiectul acestora.
- Circuitul economic sau, cum mai este denumit, fluxul circular al activităţii economice, reprezintă expresia generalizată a tranzacţiior ce au loc între principalii actori ai pieţei: producătorii şi consumatorii.
- În funcţie de forma de proprietate şi modul de organizare şi funcţionare, agentul economic, denumit generic întreprindere sau firmă se prezintă sub diferite forme: întreprinderile private individuale, societăţi comerciale de persoane şi de capitaluri, întreprinderile publice sau regiile autonome, societăţiile mixte (publice şi private) etc. Societăţile anonime pe acţiuni reprezintă forma cea mai reprezentativă de societate comercială în economia de piaţă contemporană.

02:00

Test de evaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 20 de minute

1. Descrieţi pe scurt principalele componente ale circuitului economic.
2. Ce tipuri de fluxuri economice cunoaşteţi?
3. Consideraţi că există vreo legătură între fluxurile economice şi tranzactiile economice?
4. Analizaţi prin comparaţie principalele forme de societăţi comerciale.

Test de autoevaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 15 de minute

1. În categoria „mărfuri" se includ:
a) toate bunurile economice;
b) numai bunurile utile;
c) numai bunurile economice destinate vânzării – cumpărării;
d) bunurile economice transmise de la un agent economic la altul, fără nici o contraprestaţie;
e) bunurile aflate în proprietate privată.

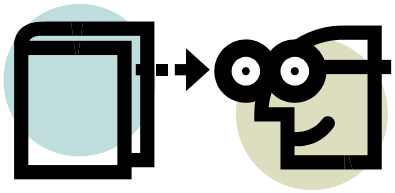
2. Operaţiunile de consum sunt acelea prin care:
a) bunurile de producţie sau capitalul tehnic din întreprinderi intră în consumul final al populaţiei;
b) bunurile economice neutilizate sunt reintroduse în fabricaţie, pentru a se obtine unele noi, de calitate superioară;
c) se folosesc materiile prime, utilajele, energia în scopul obţinerii de bunuri economice;
d) bunurile economice sunt utilizate de către menaje şi administraţii în scopul satisfacerii nevoilor;
e) sunt asigurate bunurile necesare desfăşurării oricărei activităţi economice.

3. Operaţiunile de producţie sunt acelea prin care:
a) sunt asiguraţi factorii de producţie necesari desfăşurării oricărei activităţi economice;
b) sunt fabricate bunurile economice;
c) sunt comercializate bunurile economice;
d) sunt obţinute bunuri economice destinate autoconsumului;
e) sunt generate bunuri economice de către întreprinderi.

4. Fluxurile economice reprezintă:
a) operaţiunile de vânzare de pe piaţă;
b) operaţiunile de cumpărare de pe piaţă;
c) tranzacţiile care au loc între agenţii economici, prin intermediul bunurilor şi al banilor;
d) transmiterea bunurilor economice, indiferent de forma pe care o îmbracă, de la un agent economic la altul;
e) transferul contraprestaţiilor de la cumpărători la vânzători.

5. O firmă asociativă se diferenţiază de o societate comercială pe acţiuni prin:
a) firma asociativă este întotdeauna mai mică decât o societate pe acţiuni;
b) firma asociativă este o societate de persoane, iar societatea pe acţiuni este o societate de capitaluri;
c) părţile sociale ale asociaţilor nu sunt transferabile între aceştia, în timp ce acţionarii pot tranzacţiona între ei titlurile de valoare;
d) toate cele de mai sus;
e) bşi c

Răspunsuri: 1.c; 2. d; 3. e 4. c; 5. b.



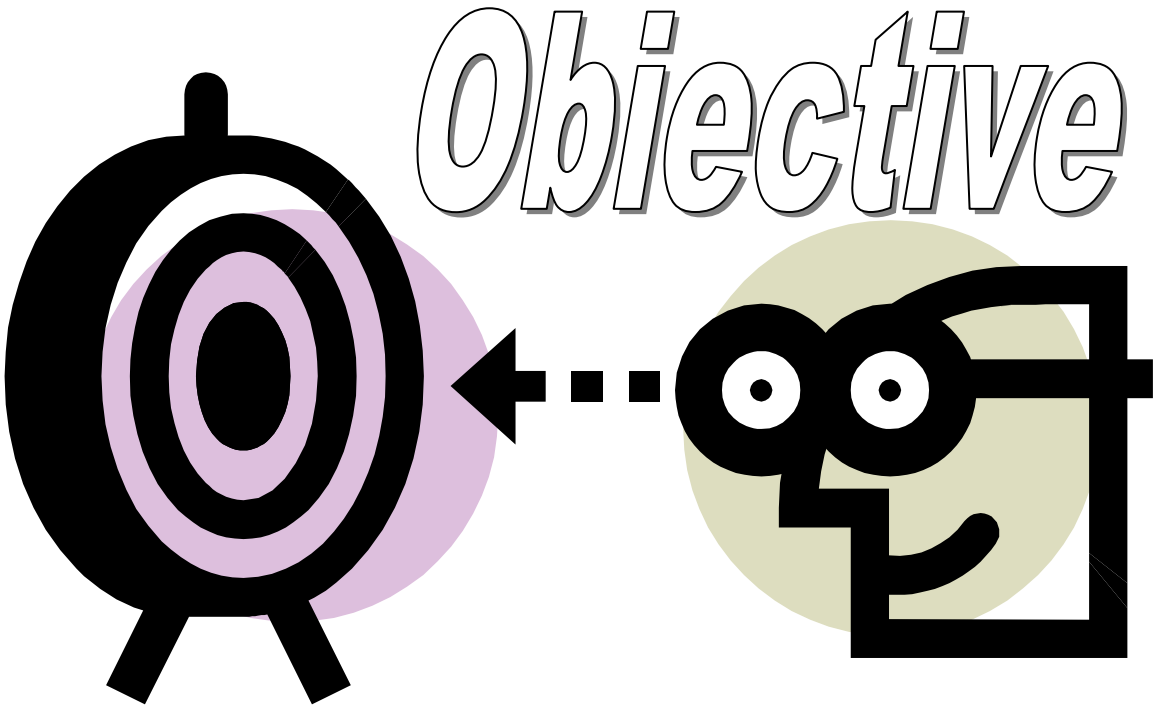
Bibliografie

1. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Economie, Ediţia a VIII-a, Editura Economica, Bucureşti, 2009
2. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Dicţionar de Economie, Ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 2003
3. Dudian Monica, coordonator – Economie, Editura C. H. Beck, Bucureşti, 2006
4. Frois G.A. - Economie politică, Editura Humanitas, Bucureşti, 1994
5. Housman D. - Filosofia ştiinţei economice. Antologie, Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
6. Lipsey R., Chrystal A. - Economia pozitivă, Editura Economică, Bucureşti, 1999
7. Manea G. Iliescu E.M. - Microeconomie, Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 2006
8. Popescu C., Ciucur D., Gavrilă I., Popescu Ghe. - Teorie economică generală. Vol. I. Microeconomie , Ediţia a doua, Editura ASE, Bucureşti, 2008
9. Stiglitz J.,. Walsh C. – Economie, Editura Economică, Bucureşti, 2005
10. Varian Hal - Intermediate microeconomics, a modern approach, W.W. Norton, USA, 2006

Unitatea de învăţare 5. Comportamentul consumatorului. Teoria cererii

Cuprins

5.1 Utilitatea economică. Principiul utilităţii marginale descrescânde
5. 2 Surplusul consumului
5. 3 Preferinţele şi alegerea consumatorului
5. 4 Echilibrul consumatorului. Abordare statică şi dinamică
5. 5 Cererea. Elasticitatea cererii



- Cunoaşterea principiilor care stau la baza comportamentului şi opţiunilor consumatorului;
- Analiza geometrică a echilibrului consumatorului şi dezvoltarea abilităţii de a aplica modele de optimizare a deciziilor consumatorului;
- Înţelegerea modului cum alegerile consumatorului influenţează cererea şi evoluţia ei.
- Construirea funcţiei (curbei) cererii;
- Interpretarea corectă a extinderii şi contracţiei cererii (legea cererii) şi modificarea cererii în timp (creştere sau reducere);
- Determinarea elasticităţii cererii şi a efectelor acesteia.

00:00

Introducere

În explicarea comportamentului consumatorului, teoria economică se bazează pe premisa potrivit căreia oamenii tind să aleagă acele bunuri care le dau cea mai mare satisfacţie, care au pentru ei cea mai mare valoare.

În acest capitol vom studia principiile care stau la baza comportamentului consumatorului, urmărind îndeosebi modul cum opţiunile (alegerile) acestuia determină nivelul şi evoluţia cererii.

5.1 Utilitatea economică. Legea utilităţii marginale descrescânde

Scopul final al oricărei activităţi economice îl reprezintă consumul. De aceea, toate activităţile economice au drept punct de reper preferinţele consumatorilor, satisfcerea nevoilor de consum ale acestora.

Timp necesar: 210 minute

După parcurgerea unităţii veţi fi în măsură să răspundeţi la întrebările:

- **Ce este utilitatea economică?**
- **Care este conţinutul legii lui Gossen?**
- **Ce reprezintă surplusul consumatorului?**
- **Ce reprezintă echilibrul consumatorului**
- **Care este diferenţa dintre nevoie şi cerere**
- **Care este utilitatea cunoaşterii tipului de elasticitate a cererii?**
- **Care sunt factorii cererii**
- **La ce se referă legea cererii?**

Capacitatea unui bun economic de a satisface o nevoie, datorită proprietăţilor sale intrinseci este numită utilitate.

Trebuie evitată confuzia între conceptul de utilitate în sens general şi cel de utilitate economică.

Utilitatea economică reprezintă satisfacţia pe care un consumator anticipează că o va obţine prin consumul unei cantităţi determinate dintr-un bun economic, în condiţii date de loc şi timp. Aşadar, pentru a avea utilitate economică, o cantitate dată dintr-un anumit bun economic trebuie să îndeplinească şi condiţia de nonposesie, ceea ce înseamnă că respectivul consumator nu deţine bunul, dar îl doreşte şi este dispus să facă un sacrificiu economic pentru a-l obţine.

În teoria economică se întâlnesc două puncte de vedere diferite de abordare a valorii bunurilor economice: concepţia clasică (teoria obiectivă sau teoria valorii-muncă) şi concepţia neoclasică (teoria subiectivă sau teoria valorii-utilitate). Teoria economică dominantă a valorii

bunurilor economice în epoca clasicilor este anliza ei în termenii de valoare-muncă. În esenţă, teoria obiectivă arată că muncă stă la baza valorii, că mărfurile se schimbă în proporţii diferite datorită cantităţilor de muncă înmagazinate în ele (de aceea, teoria obiectivă a valorii mai este denumită şi teoria valorii-muncă).

Analizei clasice a valorii nu îi este însă străin conceptul de utilitate, în sensul că un bun nu este produs efectiv decât dacă este util, dacă el poate să satisfacă o nevoie socială. Reprezentanţii economiei politice clasice fac distincţie între valoarea de întrebuinţare şi valoarea de schimb . Prima nu o poate determina pe a doua, din moment ce bunuri dintre cele mai utile (apa) au o valoare de schimb mică, iar bunuri având o mare valoare de schimb (diamantul) sunt puţin utile. ”S-a observat de către Adam Smith – arată David Ricardo – că termenul “valoare” are două înţelesuri diferite şi exprimă uneori utilitatea unui anumit obiect, iar alteori puterea pe care o conferă posesiunea acelui obiect de a cumpăra cu el alte bunuri. Una poate fi numită valoare de întrebuinţare, cealaltă valoare de schimb. Lucrurile care au cea mai mare valoare de întrebuinţare, au adesea o valoare de schimb mică sau chiar nici una; pe când acelea care au cea mai mare valoare de schimb, au o valoare de întrebuinţare mică”. În gândirea economică clasică bunurile identice au aceeaşi utilitate; proprietăţile intrinseci (obiective) ale bunului au rolul determinant în aprecierea utilităţii economice şi ca urmare, fiecare unitate dintr-o mulţime de bunuri omogene are aceeaşi utilitate. Ele au proprietăţi intrinseci identice şi răspund, deci, la aceleaşi nevoi.

Astfel, elementele aparţinând aceleiaşi mulţimi ($X_i = x_1 + x_2 +... + x_n$) au utilităţi individuale egale între ele ($U_1 = U_2 =... = U_n$). Reprezentată grafic, utilitatea totală (U_t) a respectivei mulţimi este produsul dintre utilitatea individuală (U_i), aceeaşi pentru fiecare element care alcătuieşte mulţimea (X_i) şi numărul de unităţi ($U_t = U_i \cdot x_i$) sau suprafaţa *OABC* din

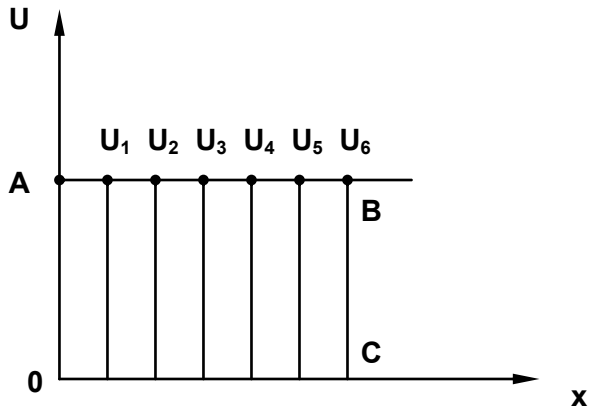


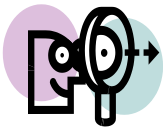
Figura 5. 1 Utilitatea economică în gândirea clasică

Aşadar, în concepţia clasică utilitatea este condiţia necesară valorii; ea nu constituie însă măsura acesteia. De asemenea, numai bunurile reproductibile, care pot fi reproduse prin muncă au valoare şi fac, din acest punct de vedere, obiect al analizei clasice.

Neoclasicii au dat valorii un fundament principial diferit şi au lărgit totodată aria de cercetare la totalitatea bunurilor. Teoria lor asupra valorii este considerată subiectivă în sensul că ea pune pe primul plan aprecierea atribuită de individ bunului. Ceea ce apreciază

consumatorul nonproducător la un bun este satisfacţia, utilitatea lui şi, deci, ea va sta la baza valorii bunurilor (teoria valorii-utilitate) şi nu caracteristicile proprii (obiective) ale bunului, aşa cum considerau clasicii.

Astfel, paradoxul valorii despre care vorbeşte A. Smith şi D. Ricardo, este rezolvat de către analiza neoclasică prin distincţia făcută între utilitatea totală şi utilitatea marginală: diamantul fiind disponibil în cantitate foarte limitată, va avea pentru individ o utilitate totală mică, dar o utilitate marginală foarte mare. În schimb, apa, existând în mod normal în cantităţi suficiente, utilitatea sa marginală va fi mică, în timp ce utilitatea totală va fi considerabilă.



Să ne reamintim……

Trebuie făcută diferenţa dintre utilitatea în sens general, care are determinare obiectivă, întrucât se referă la proprietăţile intrinseci ale bunurilor şi utilitatea economică . Aceasta din urmă, are determinare subiectivă, fiind diferită de la indivi la individ şi reprezintă satisfacţia pe care un consumator anticipează că o va obţine prin consumul unei cantităţi determinate dintr-un bun economic, în condiţii date de loc şi timp. Pentru a putea vorbi de utilitate economică trebuiesc îndeplinite trei condiţii: să existe un bun determinat, o cantitate determinată şi, foarte important bunul respectiv să nu se afle în posesia consumatorului.

Noua teorie, care a pus bazele marginalismului la începutul anilor ’70 ai secolului al XIX-lea, este considerată unul din cele mai bune exemple de descoperire multiplă în domeniul cunostinţelor economice. Trei autori, care nu se cunoşteau între ei, descoperă aproape simultan acelaşi principiu şi
folosesc noi instrumente de analiză. Este vorba de englezul Stanley Jevons (“Teoria economiei politice” – 1871), francezul Leon Walras (“Elemente de economie politică pură” – 1872) şi austriacul Carl Menger (“Principiile economiei politice” – 1871). Ei sunt consideraţi fondatorii marginalismului şi ai economiei neoclasice.

Conceptul fundamental, care va sta la baza noului tip de analiză economică, este cel al utilităţii marginale. Aprecierea utilităţii economice are, după cum s-a arătăt, un caracter eminamente subiectiv, fiind diferită de la individ la altul; ea depinde de raportul pe care fiecare individ îl stabileşte între proprietăţile unui bun şi intensitatea nevoilor sale. Ca urmare, aceeaşi persoană apreciază că unităţi din acelaşi bun au o utilitate diferită, în funcţie de cantitatea şi momentul când acestea sunt disponibile.

Pe această bază a fost formulat **principiul utilităţii marginale descrescânde** (prima lege a lui H. Gossen). Aceasta semnifică faptul că satisfacţia resimţită din consumul bun scade treptat, până la saturaţie, dacă respectiva plăcere este furnizată în mod continuu şi neîntrerupt.

Utilitatea marginală este definită drept utilitate adiţională sau suplimentul de utilitate care decurge din consumul unei unităţi suplimentare din bunul respectiv. La rândul sau, **utilitatea totală** (cumulată) va fi funcţie crescătoare de cantităţile din bunul respectiv, care va creşte din ce în ce mai încet, cu sporuri descrescânde. Fondatorii marginalismului au

considerat utilitatea măsurabilă, cardinală. Ulterior, alţi economişti au propus înlocuirea analizei cardinle a utilităţii cu una ordinală, considerând că pentru reprezentarea preferinţelor consumatorului şi ordonarea opţiunilor sale, nu este indispensabilă măsurarea utilităţii.

Măsurarea cardinală a utilităţii presupune că un consumator poate să măsoare utilitatea, adică să exprime printr-un număr utilitatea care rezultă din consumul unei cantităţi determinate dintr-un bun. În consecinţă, potrivit analizei cardinale a utilităţii, orice consumator poate să atribuie unei anumite cantităţi din fiecare bun o utilitate mai mare sau mai mică, exprimată printr-un număr de unitatea de măsură fiind utilul. Aceasta înseamnă implicit şi posibilitatea consumatorului de a stabili o ordine de preferinţă, o ierarhie între anumite niveluri de utilitate dobândită.

Exemple: Prin consumul unei cantităţi (Q) din bunul A, utilitatea este de 10 utili, (Q_A = 10), cea obţinută din Q_B = 20, iar cea din Q_C = 5, de unde rezultă că utilitatea atribuită de consumator lui Q_B este de două ori mai mare decât Q_A, şi de patru ori mai mare decât cea a lui Q_C.

Analiza ordinală a utilităţii presupune în fapt înlocuirea măsurării cu clasificarea, aşezarea diferitelor bunuri într-o anumită ordine, în raport de preferinţele consumatorului. Astfel, în cazul exemplului de mai sus analiza ordinală a utilităţii se limitează la a aprecia că acest consumator, în condiţiile date, preferă pe Q_B lui Q_A şi Q_A lui Q_C, ordinea preferinţelor sale fiind:

I..... Q_B
II..... Q_A
III..... Q_C.

Revenind la principiul descreşterii utilităţii marginale fundamentat de primii marginalişti şi dacă presupunem o funcţie de utilitate U(x) (măsurabilă, cardinală prin ipoteză), utilitatea marginală (U_m) poate fi formulată ca fiind raportul dintre sporul sau suplimentul de utilitate (ΔU) şi sporul de consum din bunul "x", (Δx), respectiv:

$$U_m = \frac{\Delta U}{\Delta x}$$, dacă $\Delta x = 1$, atunci $U_m = \Delta U$.

Exemple: Vom analiza relaţiile dintre utilitatea totală şi utilitatea marginală, pe baza unui exemplu ipotetic, pornind de la datele din Tabelul 4.1. Presupunem că din bunul "x" se află la dispoziţia cumpărătorului consumator Q cantităţi (unităţi sau doze). Pentru consumator, fiecare unitate (doză) din bunul respectiv are o utilitate diferită: prima unitate are utilitatea cea mai ridicată (I = 7), cea dea două doză aduce pentru consumator o utilitate mai redusă (II = 4) şi aşa mai departe, astfel încât cea dea VI-a unitate nu mai prezintă nici o satisfacţie pentru consumatorul respectiv, suplimentul de utilitate fiind zero.

Tabelul 5.1. Utiltatea marginală şi utilitatea totală

Cantităţi (doze) (Q_x)	Utilitatea totală (U_t)	Utilitatea marginală (U_m)
I	7	7
II	11	4
III	13	2
IV	14	1
V	14, 5	0, 5
VI	14, 5	0

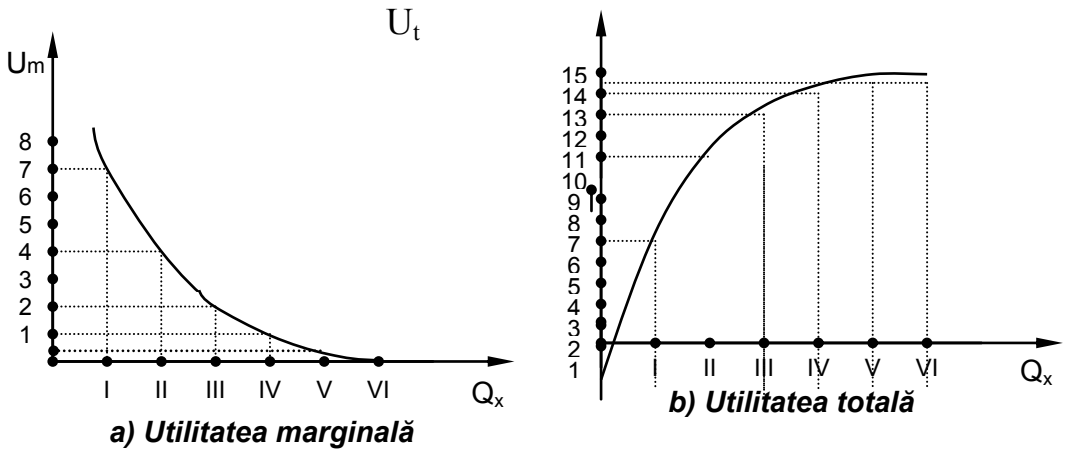


Figura 52. Utilitatea marginală şi utilitatea

Folosind datele din Tabelul 5.1., utilitatea marginală (U_m) se poate deduce din coloana care redă evoluţia utilităţii totale. Ea este suplimentul de utilitate care rezultă din consumul unei utilităţi adiţionale şi scade pe măsură ce creşte cantitatea consumată. Astfel, utilitatea marginală care rezultă din consumul celei de-a III-a doze este U_{t3} - U_{t2} = 13 – 11 = 2. La rândul său, utilitatea totală este egală cu suma utilităţilor marginale din coloana acesteia din urmă. Astfel, utilitatea totală a primelor trei unităţi din bunul consumat este egală cu 7 + 4 + 2 = 13. Pe măsură ce cantitatea consumată creşte, utilitatea totală va creşte şi ea, dar cu sporuri descrescânde, atingând un punct maxim (de 14,5) la nivelul celei de-a VI-a doze. Acest nivel maxim al utilităţii totale defineşte punctul de saţietate care apare la cea de-a VI-a unitate consumată, unde utilitatea marginală este zero. Dacă se continuă consumul din bunul "x" după atingerea acestui punct, utilitatea totală va începe să scadă.

Aceleaşi date din Tabelul 5.1. sunt folosite în Figura 5.2. pentru a reprezenta grafic curba descrescătoare a utilităţii marginale şi curba utilităţii totale care creşte cu rate din ce în

ce mai mici (cu treptele descrescânde ale utilităţii marginale). Aşadar, potrivit teoriei utilităţii marginale, curba utilităţii marginale are panta negativă (descrescătoare) ceea ce este echivalent cu faptul că utilitatea totală are forma unei curbe concave.

Reprezentarea grafică a celor două concepte pleacă de la ipoteza de divizibilitate infinită a produsului "x" şi că funcţia de utilitate (U_x) este continuă şi derivabilă; în această situaţie, utilitatea marginală apare drept derivata parţială a funcţiei de utilitate:

$$U_m(x) = \frac{\Delta U}{\Delta x} = \frac{dU}{dX} U'x$$

Teoria utilităţii marginale ne ajută să facem unele predicţii referitoare la comportamentul consumatorului. Una din acestea priveşte cererea consumatorului pentru un anumit bun pe piaţă.

Dacă se consideră constant consumul tuturor celorlalte bunuri, atunci curba cererii consumatorului pentru un anumit bun pe piaţă este curba descrescătoare a utilităţii marginale pentru acel bun. Păstrând aceleaşi cadru de analiză putem determina echilibrul consumatorului, respectiv poziţia sau situaţia în care acesta îşi maximizează utilitatea dobândită din consumul unui anumit bun achiziţionat de pe piaţă. Astfel, un consumator care dispune de un venit fix şi se confruntă cu un preţ pe piaţă pentru un anumit produs, îşi maximizează utilitatea ajustându-şi achiziţiile sale din acel produs până când utilitatea marginală a ultimei unităţi cumpărate este egală cu preţul pieţei. Rezultă că echilibrul consumatorului se află în punctul de intersecţie al curbei cererii (care este curba descrescătoare a utilităţii marginale) cu linia preţului de piaţă pentru acel produs. Se va înţelege mai bine acest lucru din analiza surplusului consumatorului, la care ne vom referi în continuare.

Să ne reamintim….

Utilitatea marginală exprimă sporul de utilitate deteminat de creşterea cu o unitate a cantităţii consumate.

Utilitatea totală reprezintă utilitatea tuturor dozelor consumate, fiind o funcţie crescătoare, cu sporuri descrescânde.

Principiul utilităţii marginale descrescânde (prima lege a lui H. Gossen) semnifică faptul că satisfacţia resimţită din consumul bun scade treptat, până la saturaţie, dacă respectiva plăcere este furnizată în mod continuu şi neîntrerupt.

00:40

5.2 Surplusul consumatorului

Una din implicaţiile importante ale teoriei utilităţii marginale priveşte surplusul consumatorului. Consumatorii beneficiază de un asemenea surplus pentru faptul că, de regulă, ei atribuie o valoare totală mai mare bunurilor pe care le doresc decât valoarea sau preţul de piaţă pe care îl plătesc la un moment dat pentru a achiziţiona aceste bunuri.

După cum s-a arătat, ipoteza fundamentală a teoriei utilităţii marginale constă în aceea că suplimentul (sporul) de utilitate pe care orice consumator îl obţine din consumul unor unităţi succesive dintr-un anumit produs scade continuu pe măsură ce consumul total al produsului creşte. Ca urmare, pentru fiecare unitate adiţională achiziţionată din produsul respectiv, consumatorul este dispus să plătească din ce în ce mai puţin. Cum el achiziţionează toate unităţile din acel bun la preţul pieţei, apare o diferenţă (un surplus) între utilitatea sau valoarea totală a bunului şi valoarea de piaţă a acestuia. Această diferenţă în plus de utilitate pe care o primesc consumatorii peste suma de bani plătită pentru a achiziţiona un anumit bun de pe piaţă poartă denumirea de **surplus al consumatorului**.

Exemple: În Figura 5.3. este ilustrat surplusul consumatorului pornind de la cazul ipotetic al consumului de apă, al cărui preţ de piaţă este 5 000 lei metru cub. Pentru primul metru cub de apă căruia i se atribuie utilitatea cea mai ridicată, consumatorul este dispus să plătească 30 000 lei. Cum un metru cub de apă costă 5 000 lei la preţul pieţei, consumatorul obţine un surplus de 25 000 lei. Cel de-al doilea metru cub de apă este apreciat de consumator la 15 000 lei, dar el plăteşte tot 5 000 lei, surplusul fiind de 10 000 ş.a.m.d. (vezi datele Tabelului 5.2.). Consumatorul continuă, în acelaşi mod, să achiziţioneze apă până la al şaselea metru cub, care pentru el valoreaza 5 000 lei, adică tot atât cât este preţul pieţei. La acest nivel al consumului (6 metri cubi de apă achiziţionaţi la preţul de 5 000 lei metrul) se atinge punctul de echilibru (E); el este punctul de intersecţie al curbei U_m (care este şi curba cererii consumatorului) cu linia preţului. Dincolo de acest punct, consumatorul nu mai este dispus să achiziţioneze şi să consume apă, întrucât utilitatea marginală este mai mică decât preţul.

După cum rezultă atât din Tabelul 5.2., cât şi din Figura 5.3., pentru primii cinci metri cubi de apă, valoarea atribuită de consumator este mai mare decât preţul pieţei. Această diferenţă în plus reprezintă surplusul consumatorului pentru fiecare metru cub de apă. Suma lor constituie surplusul consumatorului pentru întreaga cantitate de apa consumată: (25000 + 10000 + 55000 + 3000 + 1500 = 45000).

Cantităţi de apă [m^3] (Q)	Utilitatea totală (U_t)	Utilitatea marginală (U_m)	Surplusul consumatorului [lei]
1	30 000	30 000	25 000
2	45 000	15 000	10 000
3	55 000	10 500	5 500
4	63 000	8 000	3 000
5	70 000	6 500	1 500
6	75 000	5 000	0
7	78 000	3 500	-
8	80 000	1 500	-

Tabel 5.2.

Se poate ajunge la acelaşi rezultat făcând diferenţa între utilitatea totală **atribuită de consumator celor şase metri cubi de apă (30000 + 15000 +10500** + 8000 + 65000 + 5000 = 75000) şi suma efectiv plătită ($6 \cdot 5\,000 = 30\,000$). Constătam astfel că, deşi consumatorul a plătit numai 30 000 lei, valoarea totală atribuită de el celor 6 metri cubi este de 75 000 lei.

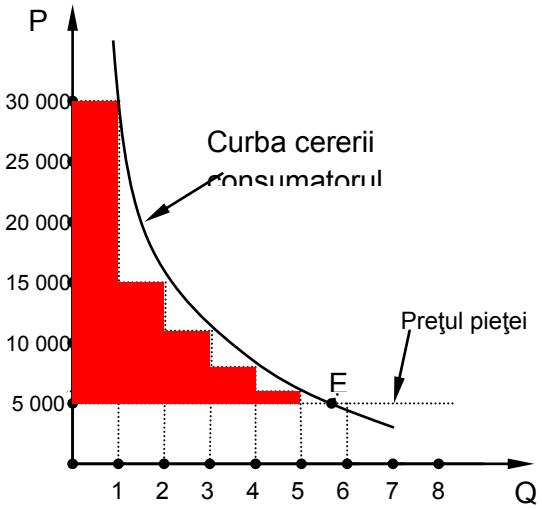


Figura 5.3.

Surplusul consumatorului individual reprezintă diferenţa între valoarea totală pe care o persoană o atribuie consumului său dintr-un anumit bun economic şi suma de bani plătită pentru achiziţionarea acelui bun la preţul de piaţă. El este determinat aici ca o mărime monetară,cu toate că la origine este abordat în termenii surplusului de utilitate.

.

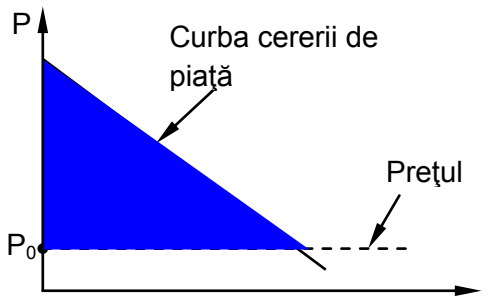


Figura 5.4. Surplusul consumatorului pentru o piaţă

În Figura 5.4. este ilustrat acelaşi concept al surplusului consumatorului, dar la nivelul pieţei pentru toţi consumatoriii unui produs. În acest caz, cererea de piaţă rezultă din cererile individuale, iar surplusul total al consumatorilor este mărimea agregată a surplusurilor consumatorilor individuali. În reprezentarea grafică, **surplusul total al consumatorilor** pentru o piaţă este reprezentat de suprafaţa aflată între curba cererii şi linia preţului.

Surplusul consumatorului se poate modifică în timp sub influenţa variaţiei preţului sau a modificării cererii de piaţă a produsului. În condiţiile în care curba cererii de piaţă rămâne nemodificată, o reducere a preţului va mări surplusul consumatorilor, după cum o creştere a preţului îl va diminua.

Să ne reamintim….

Surplusul consumatorului reprezintă diferenţa între valoarea totală pe care o persoană o atribuie consumului său dintr-un anumit bun economic şi suma de bani plătită pentru achiziţionarea acelui bun la preţul de piaţă.

01:00

4.3 Preferinţele şi alegerea consumatorului

Limitele şi dificultătile prezentate de analiza şi măsurarea cardinală a utilităţii au contribuit la succesul pe care l-a avut analiza comportamentului consumatorului în termeni de utilitate ordinală reprezentată cu ajutorul curbelor de indiferenţă. Tehnica curbelor de indiferenţă a fost folosita la început de V. Parreto, reluată şi finisată apoi de J. Hicks ("Valoare şi capital" – 1939), G. Debreu ("Teoria valorii" – 1956) şi alţi economişti pentru a reconstrui teoria comportamentului consumatorului pe baza utilităţii ordinale. În prezent majoritatea manualelor şi tratatelor de specialitate situează comportamentul consumatorului în cadrul analizie ordinale. Aceasta priveşte nu numai un singur bun, ci toate bunurile care fac parte din coşul de consum.

După cum s-a arătăt, analiza ordinală a utilităţii elimină ipoteza posibilităţii măsurării cardinale a utilităţii. În cadrul acestei analize este suficient pentru consumator să poată ierarhiza combinaţiile de bunuri în ordinea preferinţei, să ordoneze în mod raţional preferinţele sale pentru consum.

Ierarhizarea astfel operată între diferitele bunuri defineşte un **program (sau reţetă) de consum**. Ca fiinţă raţională, consumatorul îşi stabileşte în fiecare moment al existenţei sale unul sau mai multe programe de consum. Acestea dau expresia sistemului de nevoi al consumatorului, gusturilor şi preferinţelor sale, utilităţii pe care el o acordă diferitelor cantităţi din bunurile respective. Pentru fiecare consumator programul de consum are un caracter individual (subiectiv) şi este influenţat de numeroase variabile: mediul economico-social şi natural de existenţă, statutul social şi situaţia familială, incidentele fenomenului de orientare a preferinţelor şi consumului prin mass media, reclamă, imitaţie, modă, etc.

Un program de consum reprezintă, deci, specificarea unor cantităţi din diferite bunuri (x, y, ... z), care asigură unui consumator dat o anumită satisfacţie sau utilitate agregată. Astfel de programe exprimă combinaţii între cantităţi diferilte din bunurile respective şi pot fi exprimate matematic printr-o funcţie de utilitate.

Funcţia de utilitate asociază un indicator de utilitate diferitelor cantităţi din anumite bunuri (x, y, ..., z) consumate de consumatorul raţional.

$$U = U\,(x, y, ..., z)$$

Pentru a simplifica analiza, preferinţele şi opţiunile consumatorului sunt limitate la două bunuri (x şi y):

$$U = U\,(x, y)$$

Utilitatea marginală a fiecăruia dintre cele două bunuri este sporul de utilitate care rezultă din consumarea unei unităţi suplimentare din bunul respectiv:

$$U_m(x) = \frac{\Delta U}{\Delta x} = U'x \qquad \text{şi} \quad U_m(y) = \frac{\Delta U}{\Delta y} = U'y$$

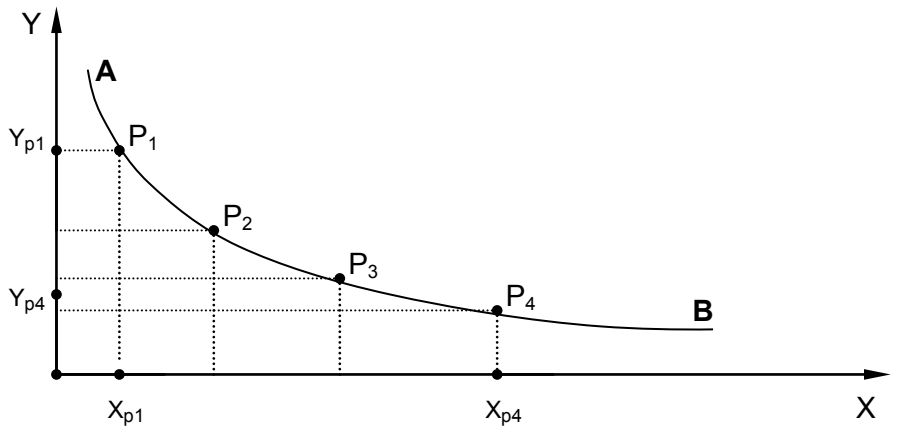


Figura 5.5. Curba de indiferenţă (programe de consum echivalente)

Dacă admitem ipoteza că bunurile sunt infinit indivizibile şi că funcţia de utilitate este continua şi derivabila, utilitatea marginală reprezintă derivata părţiala a funcţiei de utilitate în raport cu fiecare bun luat în considerare, şi anume:

$$U_m(x) = \frac{dU}{dx} = U'x \qquad \text{şi} \qquad U_m(y) = \frac{dU}{dy} = U'y$$

Întrucât alegerea consumatorului este limitată la două bunuri (x şi y) este posibil ca în sistemul de axe x0y să evidentiem diferitele combinaţii de consum, reprezentate grafic prin curbele de indiferenţă.

O **curbă de indiferenţă** (de izoutilitate) este ansamblul combinaţiilor de bunuri care permit obţinerea aceluiaşi nivel de satisfacţie sau de utilitate agregată.

În graficul din Figura 5.5. programele de consum reprezentate prin punctele P_1, P_2, P_3, P_4, exprimă combinaţii între cantităţile diferite din bunurile x şi y. Ele sunt programe de consum echivalente, întrucât asigură acelaşi nivel de satisfacţie, iar consumatorul nu are preferinţe pentru unul sau altul. Combinaţia din punctul P_1 în care consumă "puţin" din bunul x şi "mult" din bunul y prezintă acelaşi nivel de utilitate ca şi în combinaţia reprezentată de punctul P_4, în care consumă "puţin" din y şi "mult" din x. Curba AB uneste ansamblul combinaţiilor din bunurile x şi y care furnizează consumatorului acelaşi nivel de satisfacţie, o infinitate de situaţii indiferente fiind posibile, din moment ce curba este continuă ca urmare a ipotezei privind divizibilitatea infinită a bunurilor respective.

Programele de consum reprezentate prin diferitele puncte de pe curba de izoutilitate AB sunt echivalente şi asigură acelaşi nivel de utilitate întrucât orice reducere a cantităţii consumate dintr-un bun este compensată de creşterea cantităţii consumate din celălalt bun.

Cantitatea dintr-un bun economic la care consumatorul este dispus să renunţe în schimbul unei unităţi suplimentare din altul, păstrându-şi acelaşi nivel de satisfacţie sau de utilitate agregată, reprezintă **rata marginală de substituire – RMS.** Altfel spus, rata

marginală de substituire între x şi y este numărul de unităţi din bunul y care trebuie substituite unei unităţi din bunul x pentru ca nivelul de utilitate să rămână acelaşi:

$$RMS = -\frac{\Delta y}{\Delta x}$$

Dacă admitem că bunurile sunt infinit divizibile, putem să definim RMS pornind de la mărimea în punctul respectiv, a pantei curbei de indiferenţă. Rezultă astfel că RMS capătă valori diferite în funcţie de punctul respectiv al curbei de indiferenţă, şi se poate scrie prin relaţia:

$$RMS = -\frac{dy}{dx}$$

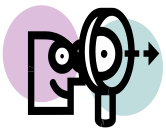
Important pentru analiza procesului de substituire este determinarea curbei de izoutilitate, care reprezintă ansamblul combinaţiilor posibile între x şi y pentru a obţine acelaşi nivel de satisfacţie. După cum rezultă din graficul din Figura 5.5. curba de indiferenţă este descrescătoare şi convexă, ceea ce este echivalent cu ipoteza de descreştere a RMS.

Pe măsură ce are loc substituirea, RMS se reduce; se poate observa că tangenta în punctul P_4 este mai slab înclinată decât în punctul P_1.

De asemenea, se poate demonstra că RMS este egală cu raportul invers al utilităţilor marginale ale celor două bunuri la un anumit punct de pe curba de izoutilitate:

$$RMS = -\frac{dy}{dx} = \frac{U'x}{U'y}$$

Pentru a asigura acelaşi nivel de satisfacţie este necesar ca utilitatea marginală la care se renunţă prin micşorarea consumului din bunul y să fie egală cu utilitatea marginală dobândită pe baza suplimentării consumului din bunul x. Tendinţa de reducere a RMS decurge astfel din faptul că prin sporirea succesivă a consumului din bunul x se reduce utilitatea marginală pe care o aduce fiecare unitate suplimentară şi invers, micşorarea succesivă a consumului din bunul y face ca fiecărei unităţi la care se renunţă să i se atribuie de către consumator o utilitate marginală mai mare în raport cu cea precedentă.



Să ne reamintim….

Curba de indiferenţă (de izoutilitate) reprezintă ansamblul combinaţiilor de bunuri care permit obţinerea aceluiaşi nivel de satisfacţie sau de utilitate agregată. Rata marginală de substituire între x şi y exprimă numărul de unităţi din bunul y care trebuie substituite (inlocuite) unei unităţi din bunul x astfel încât nivelul de utilitate să rămână acelaşi.

Opţiunile consumatorului în funcţie de tipologia bunurilor. În analiza de până acum a comportamentului consumatorului am presupus că există un număr mare (infinit) de

combinaţii, fiecare dintre punctele curbei de indiferenţă corespunzând unui anumt program de consum sau unei combinaţii între cantităţile din bunurile x şi y şi care asigură consumatorului acelaşi nivel de satisfacţie. În realitate, consumatorul poate să dispună de un număr mai mult sau mai puţin limitat de posibilităţi, în funcţie de tipologia (natura) bunurilor de consum.

Astfel, în cazul consumului unor **bunuri complementare** poate să existe numai un program de consum, o singură combinaţie posibilă între bunurile respective pentru a dobândi un nivel dat de utilitate.

Exemple: În categoria bunurilor complementare pot fi incluse : anvelopa şi janta pentru roata de maşină, stiloul şi cerneala, energia electrică şi computerul, etc.

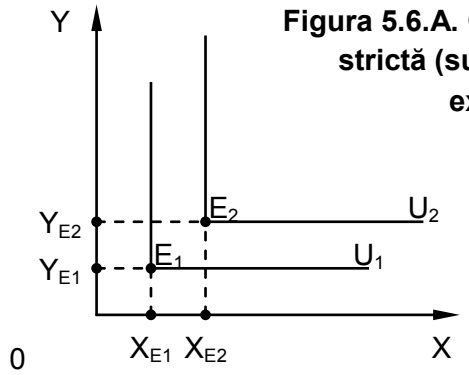


Figura 5.6.A. Complementaritate strictă (substituirea este exclusă)

Atunci când consumatorul nu are posibilitatea altei alegeri privind combinaţia între cantităţi sau bunurile respective spunem că există **complementaritate strictă**; în această situaţie substituirea între bunuri este exclusă. Ea este reprezentată grafic printr-o curbă de indiferenţă (izoutilitate) sub formă dreptunghiulară (Figura 5.6.A.). Această formă a curbei de izoutilitate reprezintă o singură combinaţie semnificativă; reprezentată de coordonatele punctului E (X_E ;Y_E) pentru a dobândi un nivel de utilitate (U_1). Nu putem realiza acelaşi nivel de utilitate printr-o o altă combinaţie privind cantităţile dintre cele două bunuri (consumând mai puţin dintr-un bun şi mai mult din celălalt), întrucât ele nu sunt substituibile. De asemenea, sporirea cantităţii disponibile dintr-un bun (de exemplu $Y_{E2} > Y_{E1}$, în condiţiile în care cantitatea din bunul x rămâne neschimbată) nu va modifică utilitatea consumatorului, cantitatea suplimentară din bunul respectiv ($Y_{E2} - Y_{E1}$) rămânând neutilizată. Posibilitatea de a utiliza cantitatea suplimentară din bunul y există numai dacă se dispune de o cantitate suplimentară din bunul complementar. Aceasta înseamnă trecerea la un nivel mai ridicat de utilitate, reprezentat de coordonatele punctului E_2 de pe curba de izoutilitate U_2 .

Figura 5.6. B Substituibilitate imperfectă (RMS =

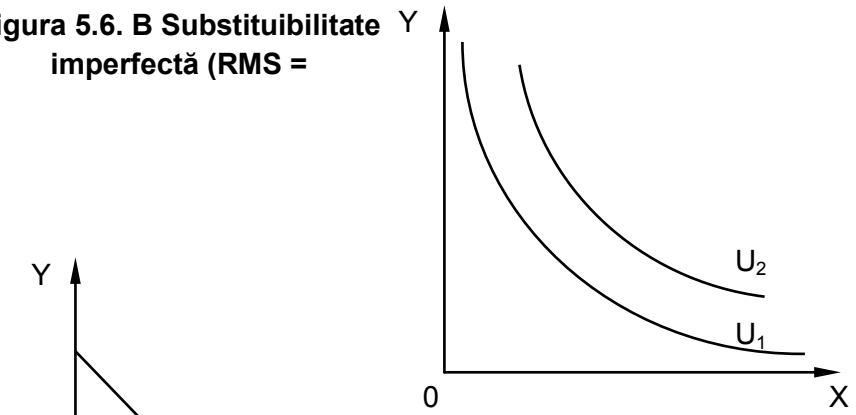
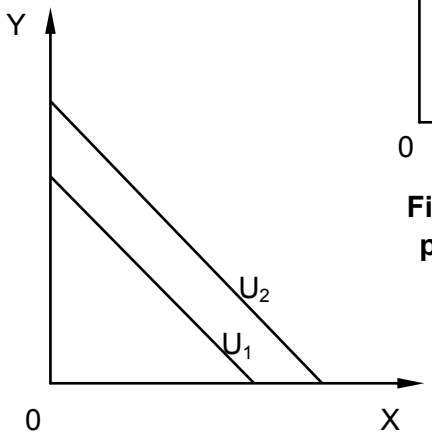


Figura 5.6. C Substituibilitate perfectă (RMS = constantă)



În graficul din Figura 5.6 B se prezintă ipoteza de **substituibilitate imperfectă** care reprezintă una dintre numeroasele situaţii posibile privind preferinţele şi alegerea consumatorului. Forma curbei de indiferenţă (izoutilitate), pe care deja am folosit-o în analiză, este convexă iar rata marginală de substituire (RMS) este descrescătoare. În graficul din Figura 5.6 C este redată şi situaţia de **substituibilitate perfectă** a bunurilor, unde consumatorul are de ales între două bunuri care au aceleaşi caracteristici . În acest caz, rata marginală de substituire (RMS) este constantă, întrucât curba de izoutilitate este lineară (o dreaptă). De regulă în analiza comportamentului consumatorului se ia în considerare cazul de **substituire imperfectă**, situaţie considerată mai normală în condiţiile în care acesta trebuie să aleagă pe baza unor resurse limitate.

Exemple: În categoria bunurilor cu substituibilitate imperfectă pot fi incluse zahărul şi zaharina, untul şi margarina, etc., în timp ce în situaţia de substituibilitate perfectă pot fi amintite două mărci de benzină premium.

01:15

5.4 Echilibrul consumatorului. Abordare statică şi dinamică

Dacă alegerea consumatorului este limitată la două bunuri substituibile este posibil să prezentam grafic o **hartă a curbelor de indiferenţă**; ea reprezintă ansamblul curbelor de izoutilitate care dau expresie programelor de consum imaginate de consumator pe baza resurselor sale. În graficul din Figura 5.7. există numai trei curbe de izoutilitate (U_1, U_2, U_3),

dar poate fi imaginată o infinitate de astfel de curbe ce definesc o hartă a curbelor de izoutilitate. Fiecare curbă de indiferenţă reprezintă un nivel diferit de utilitate ($U_3 > U_2 > U_1$), în timp ce combinaţiile (programele) de consum reprezentate de punctele unei curbe de indiferenţă furnizează consumatorului acelaşi nivel de satisfacite. Nivelul de utilitate este cu atât mai ridicat cu cât ne deplasăm spre dreapta graficului şi este exclus, deci, ca două curbe de izoutilitate să se întretaie.

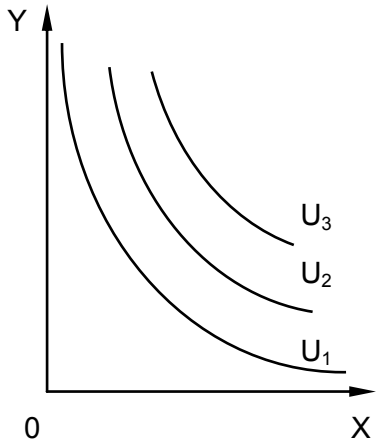


Figura 5.7. Harta curbelor de indiferenţă

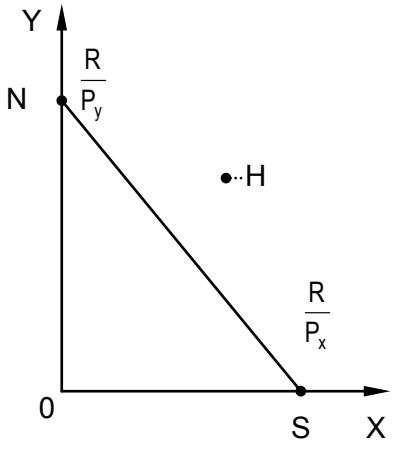


Figura 5.8. Dreapta bugetului

Sub impulsul preferinţelor sale şi în condiţiile unor restricţii economice, consumatorul raţional va tinde să obţină maximum de satisfacţie. În consecinţă echilibrul consumatorului poate fi determinat de mărimea resurselor (venitului) şi de nivelul preţurilor bunurilor de consum. Modificările intervenite în nivelul acestor variabile exogene vor determina schimbări şi în echilibrul consumatorului.

Consumatorul va fi în pozitie de echilibru (statică) atunci când pentru anumite resurse sau venit disponibil şi pentru anumite preţuri unitare ale bunurilor de consum, beneficiază de cel mai înalt nivel de satisfacţie.

Consumatorul dispune de un anumit venit (buget) pe care îl notăm cu R; cantităţile de bunuri de consum sunt notate cu "x" şi "y", iar preţurile lor unitare cu P_x şi P_y. Cu venitul disponibil şi în condiţiile preţurilor date (care reprezintă variabile exogene în raport cu opţiunle consumatorului), acesta poate realiza variate combinaţii de consum, astfel încât cheltuiala totală x, este egală cu venitul (R): $R = x \cdot P_x + y \cdot P_y$.

Aceasta este **ecuaţia dreptei bugetului** reprezentată în graficul din Figura 4.8. prin dreapta NS. Ea desemnează toate programele de consum posibil de realizat în condiţiile cheltuirii întregului venit disponibil. Fiecare din punctele dreptei NS reprezintă o cheltuiala identică ca mărime (egală cu bugetul R) dar cu combinaţii de achiziţii diferite privind cantităţile din bunurile respective. Astfel, punctele extreme sunt: fie să cheltuiască întregul venit disponibil pentru a cumpăra bunul y (R/P_y); fie să cheltuiască întregul venit pentru a achiziţiona bunul x (R/P_x). Oricum, domeniul de opţiune al cumpărătorului este restrâns la triunghiul ONS; în interiorul acestui triunghi orice punct (program de consum) este posibil de

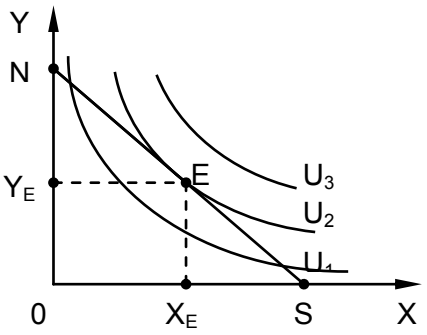


Figura 5.9. Echilibrul consumatorului

atins, întrucât venitul disponibil este mai mare ($R > x \cdot P_x + y \cdot P_y$). Dimpotrivă, orice punct din afara triunghiului ONS este inaccesibil consumatorului, prin prisma restricţiei economice.

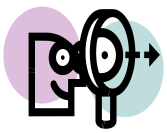
În raport de preferinţele sale (ceea ce se doreşte) şi de restricţiile economice (ceea ce se poate), cumpărătorul trebuie să aleagă, să opteze asupra unui program de consum care să-i asigure maximum de satisfacţie. În analiza noastră, confruntarea dintre dreapta bugetului şi harta curbelor de indiferenţă permite definirea echilibrului sau a optimului consumatorului în punctul E (vezi graficul din Figura 5.9.).

El este punctul de tangenţă al dreptei bugetului la una din curbele de indiferenţă; poziţia acestui punct (E) în grafic, caracterizează nivelul de utilitate maxim pe care consumatorul poate să-l atingă, prin combinaţia de consum X_E şi Y_E situată pe curba de indiferenţă U_2. În acest punct, panta curbei de indifereenţă (care este RMS dintre cele două bunuri) este egală cu panta liniei bugetului (care este raportul dintre preţurile celor două bunuri).

În consecinţă **condiţia de echilibru al consumatorului** este ca raportul dintre utilităţile marginale ale celor două bunuri să fie egal cu raportul dintre preţurile lor:

$$\frac{U'_x}{U'_y} = \frac{P_x}{P_y} \qquad \text{sau} \qquad \frac{U'_x}{P_x} = \frac{U'_y}{P_y}$$

Generalizând, un consumator care dispune de un anumit venit şi se confruntă cu anumite preţuri de piaţă, obţine maximum de satisfacţie atunci când suplimentul de utilitate dobândit pentru ultima unitate monetară cheltuită este aceeaşi pentru fiecare bun achiziţionat. Această regulă a maximizării utilităţii totale este cunoscută şi sub denumirea de **legea egalizării utilităţilor marginale aferente fiecarei unităţi monetare**.



Să ne reamintim….

Consumatorul este în situaţie de echilibru (static), atunci când pentru anumite resurse sau venit disponibil şi pentru anumite preţuri unitare ale bunurilor de consum, beneficiază de cel mai înalt nivel de satisfacţie. Condiţia de echilibru este:

$$\frac{U'_x}{U'_y} = \frac{P_x}{P_y} \qquad sau \qquad \frac{U'_x}{P_x} = \frac{U'_y}{P_y} \quad şi$$

$$VT = X\,x\,Px + Yx\,P$$

Grafic, echilibrul consumatorului este atins atunci când curba de indiferenţâ este tangentă la dreapta bugetului.

Echilibrul consumatorului este dinamic; el se modifică sub incidenţa schimbării preferinţelor sale şi a restricţiilor economice (modificării venitului şi a preţurilor). Vom analiza mai întâi efectele modificării venitului.

Dacă au loc modificări în nivelul resurselor sau al venitului (preţurile rămânând constante), dreapta bugetului se deplasează paralel cu ea însăşi, şi anume: spre dreapta, dacă venitul creşte; spre stânga dacă venitul scade şi restricţia se accentuează. Astfel, pentru niveluri diferite ale bugetului sau venitului pe o hartă a curbelor de indiferenţă, putem determina punctele de echilibru pentru fiecare nivel de venit dat; ele sunt punctele de tangenţă ale dreptei bugetului la curbele de indiferenţă (vezi graficele din Figura 5. 10).

Pentru unirea punctelor de echilibru (E_1, E_2, E_3, E_4) se obţine ceea ce se numeşte **curba consumului în raport de venit** (se mai numeşte şi *curba venit-consum* sau *curba Engel* în cazul bunurilor normale). Ea arată modul în care programele sau combinaţiile de consum se modifică în funcţie de evoluţia venitului, preţurile unitare ale bunurilor de consum rămânând constante.

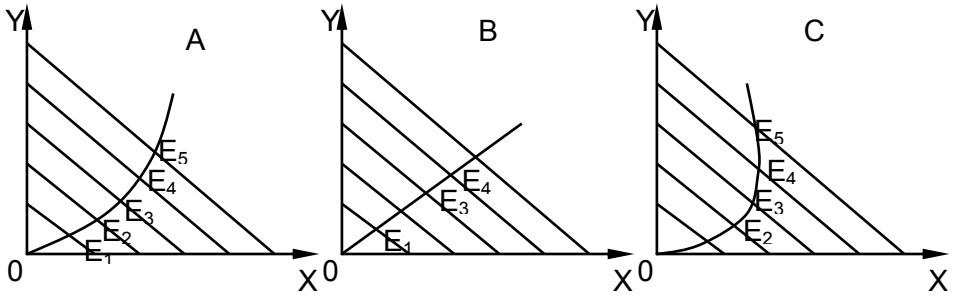


Figura 5.10. Curba venit-consum

În graficele din Figura 5.10. sunt prezentate trei posibile traiectorii ale curbei consumatorului în raport cu venitul, şi anume:

a) cazul considerat cel mai frecvent sau normal (graficul din Figura 5.10. A), când venitul disponibil creşte, cantităţile consumate din cele două bunuri cresc şi ele, dar structura de consum se modifică (cantitatea din bunul y se amplifică mai mult decât cea din bunul x). De regulă, cererea pentru un bun creşte mai repede decât creşterea venitului în cazul bunurilor superioare, de lux, iar dacă cererea creşte într-o proporţie mai mică decât creşterea venitului, de regulă bunurile respective sunt de strictă necesitate. Ambele categorii de bunuri sunt însă considerate **bunuri normale**, pentru care cantitatea cerută se modifică întotdeauna în acelaşi sens cu modificarea venitului;

b) cazul prezentat prin graficul din Figura 5.10. B, reflectă ipoteza în care cantitatea achiziţionată din cele două bunuri sporeşte în aceeaşi proporţie odată cu venitul. În acest caz curba venit-consum este o linie dreaptă (O, E_1, E_2, E_3, E_4) şi corespunde, de regulă situaţiilor când bunurile achiziţionate de consumator sunt perfect complementare;

c) curba venit-consum prezentată în graficul din Figura 5.10. C reflectă aşa numitul caz al **bunurilor inferioare**, în care odată cu creşterea venitului de la un anumit nivel al acestuia cantitatea cerută de consumator din bunul x, scade. Nivelul mai ridicat al venitului permite

consumatorului să reducă consumul de bunuri considerate inferioare, pe care le substituie cu bunuri normale.

Exemple: Cel mai cunoscut exemplu de bunuri inferioare este cel al cartofilor. Acesta a fost furnizat de economistul englez Giffen, care în sec. XIX a observat că în Irlanda, reducerea veniturilor populaţiei a generat creşterea cantităţii cerute de cartofi.Acest comporament va fi întâlnit şi sub denumirea de ” Paradoxul Giffen”.

Modificarea nivelului preţurilor bunurilor de consum va influenţa, de asemenea, echilibrul consumatorlui. Putem analiza acest fenomen presupunând că preţul bunului y rămâne fix iar preţul bunului x se modifică. În această situaţie dreapta bugetului se roteşte în jurul punctului său de intersecţie cu ordonata (R/P_y rămâne fix prin ipoteză), deplasându-se astfel: spre dreapta dacă P_x scade; spre stânga daca P_x creşte.

În graficele din Figura 5.11 sunt analizate consecinţele modificării preţurilor în ipoteza că preţul bunului x scade. Aceasta înseamnă o creştere a venitului real şi, implicit, un nivel de utilitate mai ridicat pentru consumatorul respectiv. Efectele reducerii lui P_x asupra structurii de consum sunt însă diferite în funcţie de tipologia bunurilor de consum.

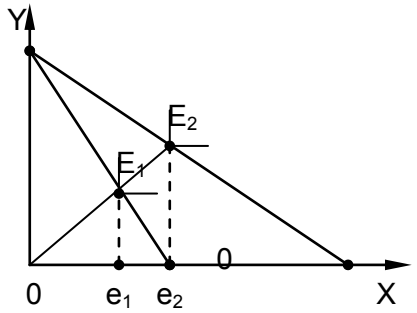


Figura 4.11. A Complementaritate strictă (efect de venit e_1e_2)

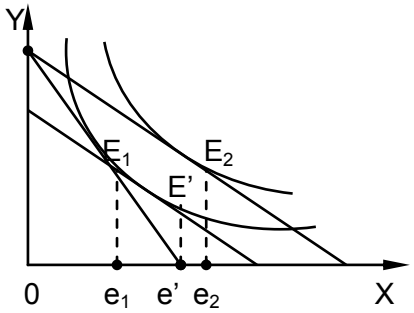


Figura 4.11. B Bunuri substituibile (efect de substituţie e_1e'; efect de venit $e'e_2$)

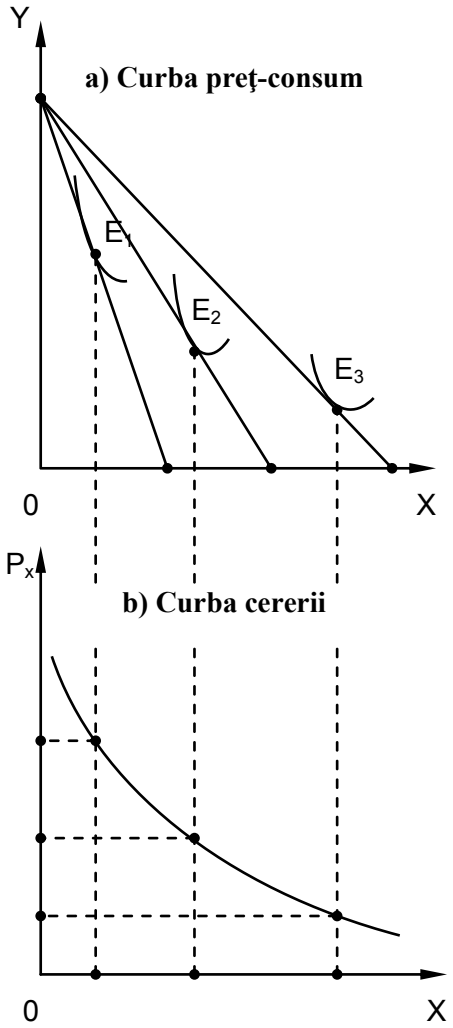


Figura 5.12. Curba preţ-consum şi deducerea curbei cererii consumatorului

În graficul din Figura 5.11.A este redată ipoteza complementarităţii stricte a bunurilor x şi y. Scăderea preţului bunului x face să crească cantitatea consumată din cele două bunuri; echilibrul consumatorului trece de la E_1 la E_2, respectiv la un nivel mai ridicat de utilitate.

Această modificare reprezintă un **efect de venit**, scăderea preţului bunului x făcându-l pe consumator mai "bogat". Structura de consum rămâne însă fixă întrucât bunurile sunt perfect complementare.

În graficul din Figura 5.11.B este reprezentată situaţia bunurilor substituibile. Prin reducerea preţului bunului "x" echilibrul consumatorului trece, de asemenea, la un nivel mai ridicat de utilitate, de la E_1 la E_2, dar în această modificare se poate distinge un efect de substituire, de un efect de venit. Are loc, astfel, o creştere a consumului din bunul "x" (al cărui preţ s-a redus), care apare ca suma a două efecte: **efectul de substituire** (e_1,e') şi **efectul de venit** (e',e_2).

Curba preţ-consum şi deducerea curbei cererii consumatorului. După cum s-a arătat, dacă preţul unui bun se modifică, se modifică şi linia bugetului, deplasându-se spre

dreapta dacă preţul bunului scade şi spre stânga dacă preţul bunului creşte. Astfel, presupunând o situaţie de echilibru ca punct de plecare (punctul E_2 din Figura 5.12.), dacă preţul bunului x scade atunci linia bugetului se va deplasa spre dreapta punctului de echilibru fiind atins în E_3, iar dacă P_x va creşte atunci linia bugetului se va deplasa spre stânga, noul punct de echilibru situandu-se în E_1. Curba $E_1E_2E_3$ este cunoscută sub denumirea de **curba preţ-consum** şi arată cum se modifică cererea de consum ca urmare a modificării preţului. Ea evidenţiază o corelaţie fundamentală, aceea dintre cantitatea cerută şi preţ, din care se poate deduce curba cererii consumatorului.

Analiza comportamentului consumatorului ne-a condus în cele din urmă la deducerea curbei cererii consumatorului. Acest fapt ne demonstrează o dată în plus importanţa cunoaşterii principiilor care călăuzesc alegerile consumatorului pentru înţelegerea uneia din cele două forţe de bază ale pieţei: cererea şi oferta.

02:00

5.5 Cererea. Elasticitatea cererii

Trebuinţele sau nevoile care constituie raţiunea de a fi a oricărei activitati economice se regăsesc pe piaţă ca cerere de bunuri materiale şi servicii. În teoria economică, termenul de cerere are însă un conţinut bine definit. El nu se identifică cu nevoia sau dorinţa pentru un anumit bun. Sunt foarte multe bunuri de care oamenii au trebuinţă sau şi le doresc, dar pentru unele nu le permit nivelul venitului lor, sau pentru a le putea cumpăra necesită renunţarea la alte bunuri pe care şi le-ar putea dori.

Noţiunea de cost de oportunitate este esenţială pentru înţelegerea conceptului de cerere. Cantităţile cerute pe piaţă din orice fel de bun economic depind de preferinţele şi alegerile făcute de cumpărători după evaluarea şanselor sacrificate prin actul cumpărarii. Mărimea şanselor abandonate sau a sacrificiului cerut pentru a dobândi un bun este **costul de oportunitate** (costul şansei sau costul alternativ), respectiv cantitatea din alte bunuri ce ar fi putut fi obtinute cu acelaşi volum de cheltuieli.

Pe de altă parte, cererea pentru un anumit bun exprimă dorinţa şi posibilitatea de a cumpăra acel bun în decursul unei perioade de timp. Cu alte cuvinte, pentru ca cererea unui produs pe piaţă să fie o mărime determinabilă trebuie să-i dăm o dimensiune explicită în timp.

Cantitatea totală dintr-o marfă care este dorită şi poate fi cumpărată de o persoana intr-o perioadă determinată în timp, la un anumit preţ reprezintă **cererea individuală**. Dacă însumăm cantităţile cerute de toţi cumpărătorii dintr-un anumit bun la preţul pieţei, rezultă **cererea de piaţă** pentru acel bun. În teoria economică, **cererea**, reprezintă conceptul care leagă cantităţile cerute dintr-un anumit bun economic pe piaţă de preţul său de vânzare, respectiv sacrificiul care trebuie făcut pentru a obţine aceste cantităţi. În consecinţă, nu putem formula cererea pentru o anumită marfă doar ca o simplă mărime, ca un singur număr. Întotdeauna, cererea este o relaţie între două variabile specifice: preţul (variabila

independentă) şi cantitatea cerută (variabila dependentă). Ea exprimă fie cantitatea maximă dintr-un anumit bun care este dorită şi poate fi cumpărată la un anumit preţ, fie preţul maxim care poate fi plătit pentru cumpărarea unei anumite cantităţi din bunul dorit.

Considerând toţi ceilalţi factori nemodificaţi, cantitatea cerută dintr-o anumită marfă pe piaţă se modifică odată cu variatia preţului de vânzare al mărfii respective. Putem explica cel mai bine acest fenomen, cu ajutorul graficelor.

Exemple : Să presupunem că produsul care face obiectul vânzării-cumpărării piaţă îl reprezintă benzina, iar relaţia dintre preţul unui litru de benzină şi cantităţile cerute de cumpărători este prezentată în Tabelul 5.3.

Tabelul 5.3. Extinderea şi contracţia cererii

	Preţul (lei/litru)	Cantităţi cerute (mil. litri)
A	30 000	100
B	25 000	200
C	20 000	300
D	15 000	400
E	10 000	500
F	5 000	600

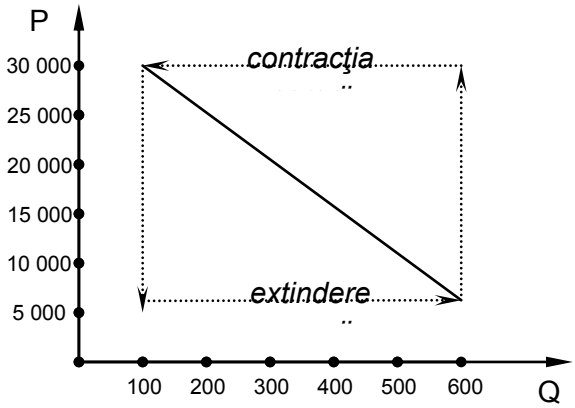
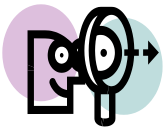


Figura 5.13. Extinderea şi contracţia cererii

În graficul din Figura 5.13. axa verticală arată preţurile care ar putea fi încasate pentru un litru de benzină; iar axa orizontală reflectă cantităţile de benzină pe care cumpărătorii ar dori şi pot să le achiziţioneze la fiecare din preţurile respective. Astfel la un preţ de 30 000 lei/ litru, pot fi achiziţionate 100 milioane litri de benzină, la preţul de 20 000 lei / litru, cantitatea cerută creşte la 300 milioane litri, iar la preţul cel mai scăzut, de 5 000 lei / litru cantitatea de benzină cerută de cumpărători în perioada respectivă urca la 600 milioane litri.

Prin exemplul ilustrat în grafic, cererea este reprezentată de întreaga curbă sau specificaţie care redă relaţia inversă între modificarea preţului unitar al unui bun pe piaţă (variabila independentă) şi modificarea cantităţii cerute de bunul respectiv (variabila dependentă). Aceasta relaţie cu caracter de generalitate (regularitate) este considerată atât de importantă, încât economiştii i-au dat statut de lege – legea generală a cererii.

Legea generală a cererii reflectă relaţia invers proporţională între cantitatea cerută dintr-un anumit bun şi preţul care trebuie plătit pentru a-l obţine. Creşterea preţului determină, aşadar, o contracţie a cantităţii cerute din marfa respectivă, iar reducerea preţului provoacă o extindere a cantităţii cerute.



Să ne reamintim….

Cererea exprimă cantitatea dintr-un bun economic care este dorită şi poate fi cumpărată, la un moment dat şi la un preţ dat.

Legea cererii reflectă relaţia invers proporţională dintre evoluţia cantităţii cerute dintr-un anumit bun economic şi preţul care trebuie plătit pentru a-l obţine. Aşadar, cererea este o funcţie descescătoare la preţ.

Relaţia invers proporţională între preţ şi cantitatea cerută dintr-un anumit bun pe piaţă, ilustrată grafic de curba descrescătoare a cererii, poate fi explicată revenind la cele două efecte generate de modificarea preţului unui anumit bun pe piaţă asupra echilibrului consumatorului, respectiv efectul de venit şi efectul de substituţie.

După cum s-a văzut, creşterea sau reducerea preţului unui bun pe piaţă (celelalte preţuri şi venitul nominal rămân constante) determină modificarea echilibrului consumatorului ca răspuns la schimbarea preţului relativ (raportului dintre preţuri) şi al venitului real al acestuia. Efectul acestor schimbări asupra cererii consumatorilor este măsurat prin efectul de substituţie şi efectul de venit.

Efectul de substituţie exprimă relaţia inversă (negativă) între modificarea preţului şi cantitatea cerută de consumatori. Ca răspuns la o schimbare a raportului dintre preţuri (a preţului relativ) aceştia se mută la un alt punct de pe aceeaşi curbă de indiferenţă, în aşa fel încât îşi menţin nivelul de satisfacţie sau de utilitate. Astfel, dacă preţul de vânzare al unui bun creşte semnificativ, cumpărătorii recurg de regulă la substituirea lui cu alte bunuri. În general se acceptă că într-o economie de piaţă dezvoltată şi diversificată, practic toate bunurile au înlocuitori iar curbele cererii consumatorilor au pante negative. Cumpărătorii substituie bunurile ale căror preţuri au crescut cu bunuri care au preţuri relativ mai scăzute. De regulă, ei nu înlocuiesc total consumul din acel bun, dar îl pot reduce semnificativ o dată cu creşterea preţului său relativ.

Efectul de venit reflectă modificarea cererii consumatorului pe piaţa unui produs, ca urmare a modificării puterii de cumpărare odată cu schimbarea preţului bunului respectiv. Astfel, dacă preţul de vânzare al unui bun creşte, venitul real al cumpărătorilor, respectiv ceea ce pot cumpăra cu venitul lor nominal, se reduce. Ca urmare, cumpăratorul va achiziţiona mai puţin din unele bunuri, în primul rând din cele ale căror preţuri relative au crescut. De reţinut

faptul că, în comparaţie cu efectul de substituţie, care este întotdeauna negativ, efectul de venit depinde de natura bunurilor de consum. Pentru bunurile normale, efectul de venit este negativ, în timp ce pentru bunurile inferioare el este pozitiv.

În consecinţă, când preţul de piaţă al unui bun se modifică, atât efectul de venit cât şi efectul de substituţie conduc la modificarea cantităţii cerute pe piaţă din bunul respectiv. Modificarea în sens invers a cantităţii cerute va fi cu atât mai mare, cu cât ponderea cheltuielilor pentru bunul respectiv în bugetul cumpărătorilor este mai ridicată, sau cu cât disponibilităţile de înlocuitori pe piaţă sunt mai variate.

Legea generală a cererii se verifică în cazul bunurilor normale (bunuri a caror cerere creşte odată cu sporirea veniturilor). În acest caz curba cererii este descrescătoare (înclinată negativ) şi va avea întotdeauna aceiaşi alură considerată normală atâta timp cât efectul de substituire şi efectul de venit actionează în acelaşi sens; o creştere a preţului duce la o reducere a cantităţii cerute iar o reducere a preţului la un consum sporit.

Dacă efectul de venit este de sens opus efectului de substituţie, iar amploarea sa este predominantă, putem avea o curbă a cererii considerată anormală, astfel încât cantitatea cerută să fie funcţie crescătoare de preţ; creşterea preţului este însoţită de o extindere a cererii, iar reducerea preţului, de o contracţie a cantităţii cerute. Acest fenomen este cunoscut sub numele de "*Paradoxul Giffen*" şi se manifesta în cazul **bunurilor inferioare** (bunuri a căror cerere se reduce odată cu creşterea veniturilor nominale). Pentru aceste bunuri, între modificarea veniturilor reale (venitul real exprimă cantitatea de bunuri şi servicii ce poate fi achiziţionată cu ajutorul venitului nominal) şi cantitatea cerută există o relaţie inversă, negativă. Astfel, dacă preţul unui bun inferior creşte şi implicit venitul real scade (efectul de venit fiind mai mare decât efectul de substituţie), cantitatea cerută din acest bun creşte.

În analiza relaţiei invers proporţionale, între cantitatea cerută dintr-un anumit bun şi preţul plătit (legea cererii) am pornit de la premisa că în afară de preţ nu s-a schimbat nimic care să influenţeze cantităţile ce pot fi achiziţionate de cumpărători. Cu alte cuvinte, am făcut abstracţie de toţi ceilalţi factori, considerând că cererea (de benzină, în exemplul nostru) rămâne neschimbată, aceasta fiind reprezentată de întreaga curbă a cererii ilustrată grafic în Figura 5.13.

Într-o perioadă determinată de timp, cererea pentru un anumit bun poate să crească sau să scadă în funcţie de evoluţia unor factori, care mai poartă denumirea de **condiţiile cererii**. În această situaţie se modifică cantităţile cerute la anumite niveluri date ale preţului, spre deosebire de extinderea sau contracţia cererii, când se modifică cantităţile cerute la variaţia preţului.

Principalele condiţii sau factori care determină modificarea cererii (creşterea sau reducerea ei) sunt:

a) *numărul cumpărătorilor*, între acesta şi cererea pentru un anumit bun pe piaţă există o relaţie pozitivă;
b) *preferinţele consumatorilor*; dacă preferinţele consumatorilor pentru un anumit bun pe piaţă se accentuează, cererea pentru bunul respectiv va creşte, şi invers;

c) *modificarea veniturilor băneşti ale consumatorilor*; între acestea şi cererea pentru bunuri normale există o relaţie directă;
d) *modificarea preţurilor acelor bunuri care sunt înlocuitori*; astfel în situaţia în care bunurile A şi B sunt substituibile, între modificarea preţului bunului B şi evoluţia cererii pentru bunul A există o relaţie pozitivă;
e) *anticipările cumpărătorului privind evoluţia preţului*; în situaţia în care consumatorii prevăd o creştere a preţului unui anumit bun pe piaţă, cererea prezentă pentru bunul respectiv creşte, şi invers, cererea se reduce dacă se anticipează o reducere a preţului.

Actiunea conjugată a acestor factori poate determina, fie creşterea cererii, fie reducerea acesteia, în funcţie de sensul şi amploarea influenţei fiecărui factor sau condiţie a cererii.

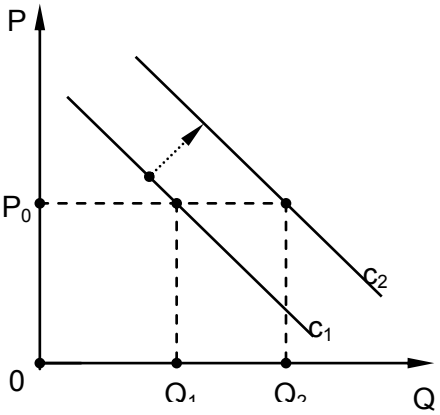


Figura 5.14. Creşterea cererii

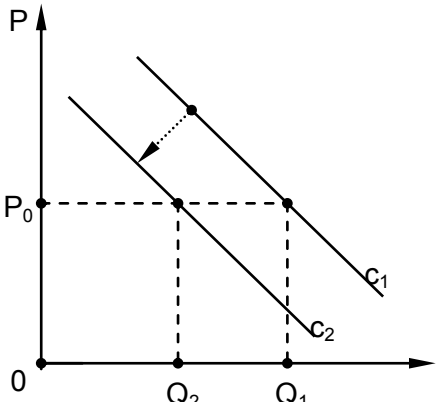


Figura 5.15. Scăderea cererii

Exemple : Revenind la exemplul anterior, pentru ca cererea de benzină să crească este necesar ca o serie de condiţii (de pildă, creşterea veniturilor băneşti ale cumpărătorilor, a numărului de autoturisme, etc.), să-i determine pe cumpărători să achiziţioneze, indiferent de preţ, o cantitate mai mare de benzină, deplasând întreaga curbă a cererii mai sus şi la dreapta (vezi Figura 5.14.). Invers, reducerea cererii are loc atunci când o combinaţie de factori (scăderea nivelului veniturilor băneşti ale cumpărătorilor, modificarea preferinţelor acestora, introducerea unor consumuri specifice, mai reduse, etc.) îi va determina pe cumpărători să achiziţioneze, la preţuri neschimbate, o cantitate mai mică de benzină, ceea ce va deplasa curba cererii în jos şi la stânga (vezi Figura 5.15.)

Din graficele prezentate, rezultă că modificarea cererii (creşterea sau reducerea acesteia) ca urmare a factorilor care o determină, exercită o mişcare de translaţie a curbei cererii, şi anume, spre dreapta dacă cererea creşte, şi spre stânga dacă cererea scade. Însă la orice nivel s-ar situa cererea, preţul şi cantitatea cerută vor evolua mereu în direcţii opuse, o cantitate mai mică va fi cerută de cumpărători la preţuri mai ridicate şi invers, o cantitate mai

mare din bunul respectiv va fi cerută la preţuri mai scăzute. Aceasta exprimă, în esenţă, legea generală a cererii.

Să ne reamintim….

Modificarea preţului în condiţii ceteris paribus determină extinderea/contracţia cererii, în timp ce, acţiunea condiţiilor cererii(preţurile altor bunuri, veniturile consumatorilor, preferinţele acestora,etc.) determină creşterea/descreştere acesteia (deplasarea curbei cererii spre dreapta sau spre stânga).

Pentru a exprima sensibilitatea (modificarea) cantităţii cerute dintr-un anumit bun pe piaţă la variaţia preţului, în teoria şi practica economică se vorbeşte despre **elasticitatea cererii** (la preţ). Ea reflectă reactivitatea cererii (contracţie-extindere) determinată de modificarea preţului. Astfel, dacă cantitatea achiziţionată de cumpărători dintr-un anumit bun se modifică substanţial ca reacţie la modificarea preţului său de vânzare, se spune, în principiu, că cererea este elastică sau foarte elastică. Dimpotrivă, în condiţiile în care chiar şi o foarte mare modificare de preţ a unui bun are ca rezultat o reactie nesemnificativă, sau numai o mică modificare în cantitatea achiziţionată de cumpărători, se consideră că cererea este inelastică sau rigidă.

Gradul de reactivitate (de modificare) a cererii la variaţia preţului se măsoară cu ajutorul **coeficientului de elasticitate**. El este egal cu raportul dintre modificarea procentuală a cantităţii cerute (Δ%Q) şi modificarea procentuală a preţului (Δ%P) respectiv:

$$E_{cp} = -\frac{\Delta\%Q}{\Delta\%P} = -\frac{\Delta Q}{Q}\cdot 100 : \frac{\Delta P}{P}\cdot 100$$

Exemple : Dacă o scădere cu 10% a preţului berii conduce la o creştere de 15% a cantităţii de bere vândută, coeficientul de elasticitate este de 15% împărţit la 10%, adică 1, 5.

În funcţie de gradul de elasticitate a cererii la preţ, formele cererii sunt următoarele:

- **cerere elastică**, când modificarea procentuală a cantităţii cerute este mai mare decât modificarea procentuală a preţului, respectiv când coeficientul de elasticitate este mai mare ca unu ($E_{cp} > 1, 0$);
- **cerere inelastică**, atunci când modificarea procentuală a cantităţii achiziţionate este mai mică decât modificarea procentuală a preţului, respectiv când coeficientul de elasticitate este mai mic ca unu ($E_{cp} < 1, 0$);
- **cerere cu elasticitate unitară** (egală cu unitatea), când modificarea procentuală a cantităţii cerute este egală cu modificarea procentuală a preţului, respectiv când coeficientul de elasticitate a cererii este egal cu unu ($E_{cp} = 1, 0$).

Ce se poate spune când elasticitatea cererii este nulă? În general, se consideră că de regulă, nu există **cerere complet rigida** sau **perfect inelastică** ($E_{cp} = 0$), după cum nu există

nici **cerere perfect elstica** (când E_{cp} tinde spre infinit). În primul caz, curba cererii s-ar prezenta grafic ca o linie verticală, ceea ce ar avea semnificaţia că pentru întreaga serie de preţuri posibile, cantitatea cerută sau achiziţionată rămâne neschimbată. Situaţii de bunuri destinate pieţei în care cererea să fie perfect inelastică (rigidă) sunt interpretate (dacă există în lumea reală) ca excepţii, cazuri foarte rare, care nu contravin generalităţii numită legea cererii. Întrucât veniturile sau încasarile totale ale producătorilor, respectiv cheltuielile totale ale cumpărătorilor pentru un anumit bun nu sunt altceva decât produsul dintre cantităţile achiziţionate şi preţul pe unitate ($V_t = Q \cdot P$) reactivitatea cererii (contracţie-extindere) la modificarea preţului, influenţează comportamentul agentilor economici. Aceasta face ca elasticitatea cererii la preţ să reprezinte o informaţie atât de importantă pentru orientarea deciziilor şi actiunilor cumpărătorilor, precum şi ale celor care produc sau vând bunurile respective.

Gradul de elasticitate a cererii determină următoarele situaţii privind modificarea încasărilor sau veniturilor totale.

a) Încasările (veniturile) totale se modifică în direcţia opusă modificării de preţ, când cererea este elastică ($E_{cp} > 1$). Astfel, dacă preţul unui bun inregistreaza o scadere, veniturile totale cresc, întrucât încasările datorare modificării cantităţilor achiziţionate sunt mai mari decât sumele neîncasate ca urmare a reducerii preţului de vânzare. Invers, o creştere a preţului, duce la o reducere a încasărilor totale, prin faptul că sumele încasate în plus ca urmare a creşterii preţului, sunt mai mici decât cele datorate reducerii cantităţilor achiziţionate (vezi Figura 5.16.).

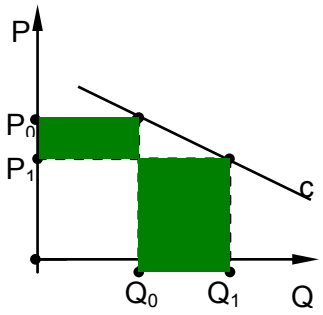


Figura 5.16. Cerere elastică

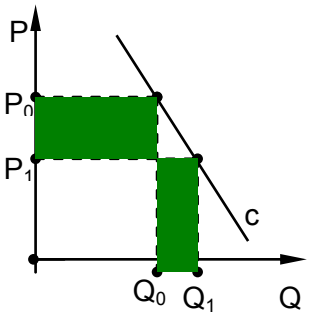


Figura 5.17. Cerere inelastică

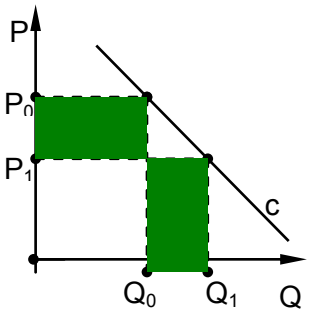


Figura 5.18. Cerere cu elasticitate unitară

b) Încasările sau veniturile totale se modifică în aceeaşi direcţie cu modificarea preţului, când cererea este inelastică ($E_{cp} < 1$). În această situaţie modificarea cantităţii achiziţionate (contracţie sau extindere) nu a fost suficient de mare pentru a depăşi sumele în plus sau în minus privind încasările ca urmare a modificării preţului bunului respectiv (vezi Figura 5.17.).

c) Încasările sau veniturile totale nu se modifică, indiferent de sensul modificării preţului, dacă cererea este cu elasticitate unitară ($E_{cp} = 1$). Astfel, în situaţia în care preţul unui bun înregistrează o reducere, venitul total nu se modifică, întrucât sumele

încasate în plus, ca urmare a creşterii cantităţii achiziţionte, sunt egale cu sumele neîncasate, datorate reducerii preţului de vânzare (vezi Figura 5.18.).

Relaţiile dintre modificarea preţului (ΔP) şi modificarea venitului total (ΔV_t) în funcţie de forma şi elasticitatea cererii la preţ (E_{cp}) sunt prezentate sintetic în Tabelul 5. 4.

Încasările sau veniturile totale evoluează în direcţie opusă modificării preţului atunci când cererea este elastică, şi în aceeaşi direcţie cu modificarea preţului când este inelastică. În aceasta constă esenţa unei cereri elastice sau, dimpotivă, a unei cereri inelastice vis-a-vis de comportamentul agenţilor în economia de piaţă. Astfel, maximizarea profitului producătorilor în situaţia unei cereri elastice este posibilă numai în condiţiile practicării unor preţuri mai scăzute. Dimpotrivă, în situaţia unei cereri inelastice pentru a-şi maximiza profitul, producătorii sunt interesaţi să acţioneze în direcţia creşterii preţului.

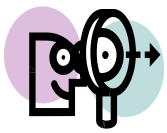
Tabelul 5.4. Relaţiile dintre ΔP şi ΔV_t în funcţie de E_{cp}

Forma cererii	ΔP	ΔV_t
Cerere elastică ($E_{cp} > 1$)	↑ P	Scade
	↓ P	Creşte
Cerere inelastică ($E_{cp} < 1$)	↑ P	Creşte
	↓ P	Scade
Cerere cu elasticitate unitară ($E_{cp} = 1$)	↑ P	Nu se modifică
	↓ P	Nu se modifică

Gradul de reactivitate a cererii poate fi determinat şi în funcţie de modificarea altui factor al acesteia, cum este, de exemplu, veniturile băneşti ale cumpărătorilor. **Coeficientul elasticităţii cererii în funcţie de venit** (E_{cv}) se determină ca raport între modificarea preocentuala a cantităţii cerute ($\%\Delta Q$) şi modificarea procentuală a venitului ($\%\Delta V$) în condiţiile în care ceilalţi factori care influenţează cererea pentru bunul respectiv pe piaţă, nu se modifică:

$$E_{cv} = \frac{\Delta\%Q}{\Delta\%V} = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot 100 : \frac{\Delta V}{V} \cdot 100$$

Cererea este elastică în funcţie de venit, când $E_{cv} > 1$. În acest caz, dacă venitul cumpărătorilor creşte, ponderea cheltuielilor pentru bunul respectiv în cheltuielile totale va creşte. Invers, cererea este inelastică la venit când $E_{cv} < 1$. În acest caz, dacă venitul cumpărătorilor creşte ponderea cheltuielilor pentru bunul respectiv în totalul cheltuielilor se reduce.



Să ne reamintim….

Sensibilitatea (modificarea) cantităţii cerute dintr-un anumit bun economic pe piaţă la variaţia preţului, reprezintă elasticitatea cererii (la preţ).

Cunoaşterea tipului de elasticitate îi este utilă vânzătorului care poate anticipa astfel, impactul modificării preţului asupra veniturilor sale.

În concluzie, modificarea preţului unui anumit bun pe piaţă sau a uneia din condiţiile cererii, determină variaţii (pozitive sau negative) de o mai mare sau mai mică amplitudine în cererea pentru bunul respectiv. Cunoaşterea acestor influenţe care determină elasticitatea cererii pe piaţa diferitelor bunuri sunt informaţii deosebit de utile pentru deciziile şi acţiunile agenţilor economici.

- Explicaţi diferenţa dintre extinderea/contracţia cererii şi creşterea/descreşterea acesteia.Reprezentati grafic.

.....
.....
.....

03:15

Rezumat

- Utilitatea este conceptul de bază în teoria consumatorului. Trebuie avută în vedere diferenţa dintre conceptul de utilitate în sens general şi cel de utilitate economică, dar cea dintre utilitatea totală (utilitatea tuturor dozelor consumate) şi utilitatea marginală (sporul de utilitate obţint prin consumul unei doze suplimentare dintr-un anumit bun).
- Legea utilităţii marginale descrescătoare (legea lui Gossen) reprezintă premisa teoriei utilităţii şi arată că satisfacţia resimţită din consumul unui bun se diminuează treptat, dacă respectiva plăcere este furnizată în mod continuu şi neîntrerupt.
- Orice consumator raţional urmăreşte maximizarea satisfacţiei (utilităţii totale) în condiţiile constângerii bugetare. Atingerea acestui obiectiv reprezintă echilibrul consumatorului. Analitic, echilibrul la un moment dat este atins atunci când raportul dintre utilităţile marginale este egal cu raportul preţurilor, venitul fiind cheltuit în totalitate, iar grafic atunci când curba de indiferenţă este tangentă la drepta bugetului.
- În timp, echilibrul consumatorului este dinamic, putânu-se modifica veniturile consumatorului (curba venit – consum) sau preţurile bunurilor de consum (curba preţ – consum).
- Cu ajutorul curbei preţ - consum se poate determina curba cereii, care este o funcţie descrescătoare la preţ, ceea ce înseamnă că există o relaţie inversă între evoluţia preţurilor şi evoluţia cantităţilor cerute. Acesta este de altfel, conţinutul legii cererii.
- Trebuie evitată confuzia între cerere şi nevoie, dar şi între cerere şi cantitatea cerută.
- Trebuie făcută distincţie între extinderea/contracţia cererii(cantitatea cerută se modifică în urma modificării preţului, dar rămăn aceeşi curbă) şi creşterea/descreşterea acesteia (preţul rămâne constant iar cantitatea cerută se

modifică sub influenţa condiţiilor cererii – curba cererii se deplasează spre dreapta sau spre stânga).

- Elasticitatea cererii reflectă sensibilitatea cantităţii cerute la modificarea pretului.Cunoaşterea acestui tip de elasticitate îi este utilă vânzătorului care poate anticipa astfel, impactul modificării preţului asupra veniturilor sale.

03:30

Test de evaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 20 de minute

1. Formulaţi legea utilităţii marginale descrescătoare.
2. Explicaţi cum evoluează utilitatea totală atunci când cantitatea consumată creşte peste punctul de saturaţie.
3. Care este condiţia de echilibru a consumatorului pe termen scurt? Reprezentaţi grafic.
4. Explicaţi efectul de venit şi efectul de substituţie .
5. Formulaţi legea cererii.
6. Există diferenţă între cerere şi nevoie?
7. Ce reprezintă şi cum se măsoară elasticitatea cererii?
8. Cum evoluează încasările vânzătorilor dacă iau decizia creşterii preţurilor, în situaţia în care comercializează bunuri cu cerere elastică? Explicaţi răspunsul ales.

Test de autoevaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 15 de minute

1. Aprecierea utilităţii economice a unui bun are:

a) caracter obiectiv;

b) caracter subiectiv;

c) caracter neutru;

d) a şi b.

2. Care din afirmaţiile de mai jos este falsă:

a) Intensitatea plăcerii oferită de consum se reduce;

b) Utilitatea totală creşte cu rate descrescătoare;

c) Utilitatea marginală creşte

d) Utilitatea marginală scade.

3. Curba cererii pentru un bun normal se deplasează spre stânga dacă:

a) cresc veniturile cumpărorilor;

b) scad veniturile cumpărorilor;

c) scad preferinţele pentru respectivul bun;

d) a şi c;

e) b şi c.

4. Coeficientul de elasticitate a cererii la preţ este mai mare la categoria de :

a) bunuri alimentare de strictă necesitate;

b) bunuri care au mai multe utilizări;

c) bunuri ai căror înlocuitori nu se găsesc pe piaţă;

d) bunuri nealimentare.

5. Cererea pentru un anumit bun economic se poate extinde sau contracta, ca urmare a modificării:

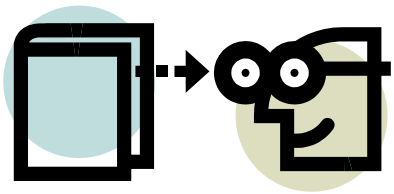
a) modificării numărului de firme;

b) modificării numărului de cumpărători;

c) preţului;

d) preferinţelor consumatorilor.

Răspunsuri: 1. b; 2. c; 3. e; 4. b; 5. c.



Bibliografie

1. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Economie, Ediţia a VIII-a, Editura Economica, Bucureşti, 2009
2. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Dicţionar de Economie, Ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 2003
3. Dudian Monica, coordonator – Economie, Editura C. H. Beck, Bucureşti, 2006
4. Frois G.A. - Economie politică, Editura Humanitas, Bucureşti, 1994
5. Housman D. - Filosofia ştiinţei economice. Antologie, Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
6. Lipsey R., Chrystal A. - Economia pozitivă, Editura Economică, Bucureşti, 1999
7. Manea G. Iliescu E.M. - Microeconomie, Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 2006
8. Popescu C., Ciucur D., Gavrilă I., Popescu Ghe. - Teorie economică generală. Vol. I. Microeconomie , Ediţia a doua, Editura ASE, Bucureşti, 2008
9. Stiglitz J.,. Walsh C. – Economie, Editura Economică, Bucureşti, 2005
10. Varian Hal - Intermediate microeconomics, a modern approach, W.W. Norton, USA, 2006

Unitatea de învăţare 6. Comportamentul producătorului. Teoria producţiei şi echilibrul producătorului

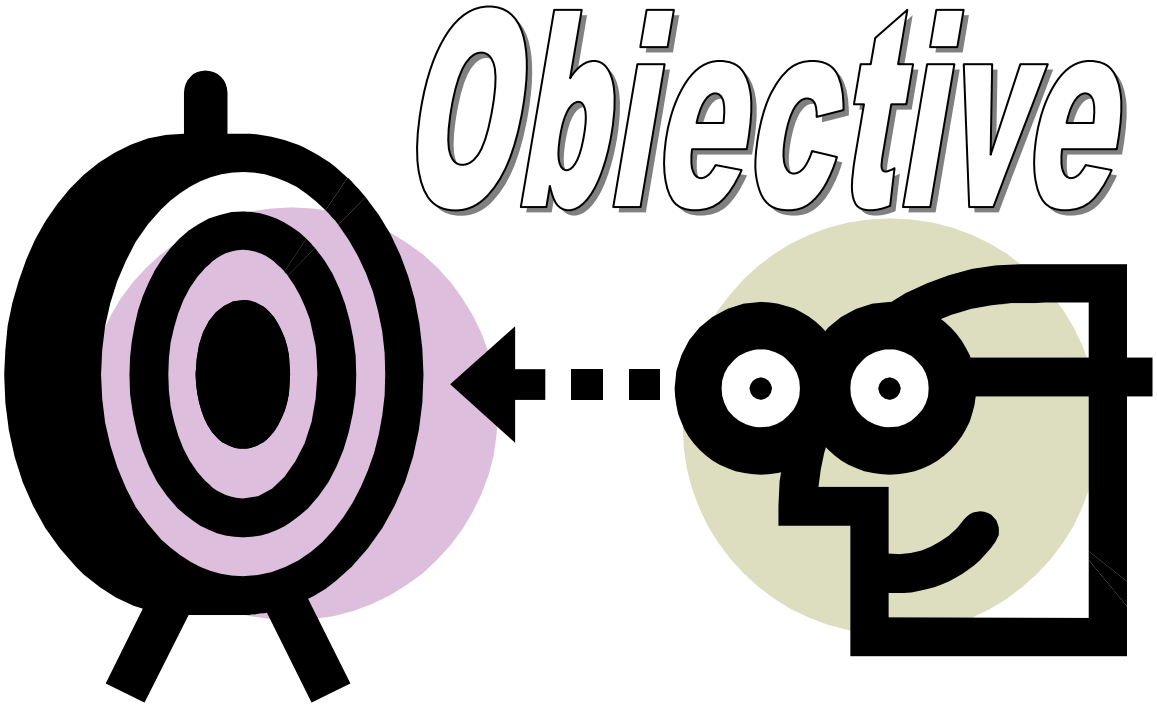
Cuprins

6.1 Factorii de producţie

6.2 Funcţia de producţie. Analiza pe termen scurt

6.3 Echilibrul producătorului. Analiza pe termen lung

6.4 Randamentele de scară şi problema dimensiunii firmei



- Cunoaşterea fundamentelor teoriei producţiei şi înţelegerea modului în care firmele dobândesc resursele economice necesare şi le transformă în bunuri destinate pieţei;
- Analiza relaţiilor dintre factorii de producţie (inputuri) şi rezultatele (outputul) producţiei şi randamentele factoriale cu ajutorul funcţiei de producţie;
- Explicarea schimbărilor producţiei pe termen scurt şi pe termen lung şi desprinderea principiilor care stau la baza comportamentului producătorului;
- Formularea condiţiilor de echilibru al producătorului şi stăpânirea modelelor şi tehnicilor de optimizare a deziilor firmelor.

00:00

Introducere

Această unitate de învăţare şi următoarea sunt consacrate studiului comportamentului producătorului. În acest scop vom analiza relaţiile care există între cele trei categorii fundamentale de concepţie: producţie, costuri şi oferte. La început vom urmări modul în care agenţii economici producători dobândesc factorii de producţie de care au nevoie şi rezultatele (randamentele) cu care le transformă în bunuri cerute pe piaţă. Aceste cunoştinţe ne vor permite ulterior, examinarea categoriilor de costuri pe termen scurt. În sfârşit, punând în relaţie variabilele legate de teoria producţiei cu cele ale costurilor, vom analiza cum stabilesc firmele volumul producţiei oferite pe piaţă.

6.1 Factorii de producţie

Producţia are ca premisă resursele economice – totalitatea mijloacelor disponibile şi succeptibile de a fi valorificate în producerea de bunuri materiale şi servicii. Astfel, cunoştiintele şi experienţa în producţie, terenurile fertlile şi mineralele, echipamentele şi tehnologiile, obiectele supuse prelucrării, energia şi apa, informaţiile etc. – toate sunt considerate resurse economice sau de producţie. În masura în care resursele sunt atrase şi utilizate în activitatea economică, acestea reprezintă, de fapt, factorii de producţie.

Timp necesar: 210 minute

După parcurgerea unităţii veţi fi în măsură să răspundeţi la întrebările:

- **Ce sunt factorii de producţie şi care este tipologia acestora?**
- **Care este conţinutul legii productivităţii marginale descrescătoare?**
- **Cum interpretaţi funcţia de producţie pe termen scurt?**
- **Ce reprezintă randamentele de scară?**
- **Când şi în ce condiţii este atins echilibrul producătorului?**
- **Care este dimensiunea optimă a firmei?**

6.1.1 Tipologia factorilor de producţie

Noţiunea de „resurse de producţie'' şi cea de „factori de producţie'' desemnează, din acest punct de vedere, două variabile distincte din economia reală, deşi termenii în sine sunt utilizati deseori ca sinonimi. Noţiunea de „resurse'' exprimă, în esenţă, starea de disponibilitate a unor bunuri (corporale sau necorporale), fără a le asocia în mod univoc o anumită destinaţie de utilizare în producţie. Ca atare, resursele, prin simpla lor existenţă sau disponibilitate, au, în raport cu

procesul de producţie, caracterul unui potenţial productiv. Ansamblul elementelor de avuţie intrate sau care pot fi atrase în circuitul economic, definesc potenţialul de producţie al economiei unei ţări.

În anumite condiţii, prin decizii şi acţiuni specifice firmelor, resursele sunt activate, primesc o anumită destinaţie şi utilizare concretă. Deci, în măsura în care sunt aduse într-o stare activă, proprie utilizării lor efective în procesul de producţie, resursele apar ca fluxuri, devin factori de producţie. Tocmai această stare activă (de flux) permite fiecărei categorii de resurse, transformată în factori de producţie, să aducă un serviciu specific în procesul de producţie. Serviciul furnizat de fiecare factor rezultă din utilizarea factorului respectiv sub controlul agentului producător şi face obiectul unei remunerări adecvate din partea acestuia.

Regulile care guvernează modul de alocare şi de utilizare a resurselor productive depind de drepturile de proprietate. În economia de piaţă, cea mai mare parte a avuţiei economice se află în proprietate privată – individuală sau asociată. În această calitate, oamenii decid în mod liber asupra utilizării averii de care dispun în activitatăţi cerute de piaţă, cu respectarea reglementărilor existente, evaluând şansele alternative prin compararea costurilor cu veniturile potenţiale obţinute din furnizarea resurselor productive.

Factorii de producţie sunt definiţi drept ansamblul resurselor necesare şi suficiente pentru ca orice proces de producţie să se poată desfăşura conform scopului său predeterminant. În această viziune, factorii de producţie reprezintă totalitatea elementelor de intrare în procesul de producţie, ceea ce se reflectă şi prin termenul în limba engleză de „input''. Intrările de factori de producţie iau forma unui proces de atragere a acestora, de către agentul producător, de pe pieţele de factori pe care ei sunt disponibili la un moment dat, fapt ce ocazionează tranzacţii specifice fiecărui tip de piaţă.

Specificitatea fiecărei categorii de factori de producţie necesită elaborarea unei **tipologii reprezentative** a acestor factori, consideraţi în varietatea formelor de existenţă aflate într-o continuă extindere şi diversificare. De asemenea, locul şi rolul fiecărui factor de producţie, modul şi proporţiile în care se combină în producţie diferă în timp, în special sub influenţa progresului ştiintei şi tehnicii, dar şi ca urmare a schimbărilor intervenite în volumul, amploarea şi structura trebuinţelor umane.

Corespunzător, la începuturile dezvoltării societăţii au existat în principal, doi factori de producţie **munca şi pământul (natura)** – care sunt consideraţi **factori originari sau primari ai producţiei**. În acest sens, William Petty, precursor al economiei politice clasice engleze, afirma metaforic că „munca este tatăl, iar pământul este mama avuţiei''. Ulterior, s-a impus **capitalul ca factor derivat al producţiei**, a cărui afirmare este legată de perioada în care bunurile de producţie au dobândit o importanţă tot mai mare pentru activitatea economică.

Pe aceasta bază, reprezentanţii economiei politice clasice au elaborat „formula trinitară'', devenită celebră, care definea drept factori de producţie munca, pământul şi capitalul. Un amendament important este adus formulei trinitare de către economistul Jean Baptiste Say, care a pus pentru prima data problema remunerării diferenţiate a serviciului

adus de fiecare factor de producţie, oferind astfel şi o explicaţie a formării principalelor categorii de venituri din economie: salariul, renta şi profitul. Această analiză a fost dezvoltată de neoclasici; Leon Walras a fost primul economist ce a prezentat cu claritate deosebirea fundamentală dintre stocul de resurse (ca elemente ale avuţiei) şi fluxurile de servicii ale factorilor şi respectiv, fluxurile de venituri determinate de ele.

Mai recent, evoluţiile din economia modernă, au pus în evidenţa limitele formulei trinitare, care nu putea explica în mod pertinent influenţele tot mai pregnante exercitate în procesul de producţie de factori ca informaţiile, tehnologiile, capitalul uman, abilitatea întreprinzatorului etc. Performantele de piaţă ale firmelor au ajuns să fie influenţate decisiv tocmai de acţiunea unor asemenea factori, neincluşi în tradiţionala formulă trinitară. Este important de remarcat că asemenea factori au ajuns să polarizeze eforturi de investiţii tot mai importante, cum sunt investiţiile în cercetare şi dezvoltare tehnologică, în formarea profesională a personalului, în informatizarea activităţii firmelor şi în promovarea managementulului lor, etc. Toate acestea au condus la elaborarea aşa-numitei **teorii a neofactorilor de producţie** (abilităţile întreprinzătorilor, tehnologiile performante, etc.).

Indiferent de modul de grupare şi clasificare a resurselor atrase şi utilizate în activitatea economică, analiza şi interpretarea lor trebuie să fie dinamică, vizând ameliorarea continuă a factorilor de producţie.

6.1.2 Munca – factor activ şi determinant al producţiei

Munca – factor originar, primar de producţie – reprezintă activitatea umană specifică, manuală (fizică) şi/sau intelectuală, prin care oamenii îsi folosesc aptitudinile, cunoştintele şi experienţa, ajutându-se în acest scop de instrumente corespunzătoare, mobilul acestei activităţi fiind producerea bunurilor necesare satisfacerii trebuinţelor lor imediate şi de perspectivă.

Munca a fost întotdeauna şi a ramas **factorul de producţie activ şi determinant**; prin intermediul ei fiind antrenaţi ceilalţi factori de producţie şi realizându-se combinarea şi utilizarea lor eficientă. Oamenii cu aptitudinile şi deprinderile lor, cu experienţa şi cunoştiintele dobândite sunt producătorii tuturor bunurilor economice.

Pentru aprecierea rolului muncii în era contemporana este necesar să se ţină seama, desigur, şi de unele procese evidente cum sunt: reducerea relativă a timpului de muncă, substituirea accelerată a muncii prin capital, afirmarea efortului intelectual, creativ şi înlocuirea în tot mai mare parte a activităţilor manuale prin automatizarea, robotizarea şi informatizarea producţiei. Sub raport **cantitativ** munca trebuie analizată, în primul rând, în legătură cu populaţia, cu factorul demografic în general, care se prezintă într-o dublă ipostază: ca suport al factorului muncă şi ca destinatar virtual al rezultatelor producţiei (consumator).

Dimensiunile populaţiei la un moment dat, ca şi modificările ei în timp depind de procesele demografice esenţiale (natalitatea şi mortalitatea, din evoluţia cărora rezultă sporul

natural al populaţiei) sub incidenţa unor factori economico-sociali, cum sunt: durata medie de viaţă sau speranţa medie de viaţă, starea generală de sănătate, nivelul de trai, reţeaua şi cheltuielile pentru instruire şi ocrotirea sănătăţii etc. În cazul uneia sau alteia dintre ţări, dinamica populaţiei este influentata şi de migratia internationala a oamenilor, a potenţialului de munca; de regulă, fluxurile migratorii ale populaţiei sunt orientate în prezent din ţările mai puţin dezvoltate spre cele dezvoltate.

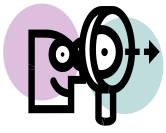
La o mărime dată a populaţiei totale, **populaţia activă** disponibilă care reflectă oferta potenţială pentru serviciile factorului muncă depinde de: evoluţia demografică anterioară, durata şcolarizării (şcoala obligatorie şi cele facultative); structura pe sexe a populaţiei; statutul social al femeii (motivaţia participării ei la muncă); reglementarea vârstei de pensionare; normalitatea, respectiv gradul de infirmitate al populaţiei etc.

Structurile populaţiei active, respectiv distribuţia de ocupare a resurselor de muncă au fost supuse unor schimbări permanente. Aceste schimbări au fost determinate de progresul tehnico-stiintific şi economic.

Calitatea factorului muncă se află în strânsă relaţie de interdependenţă atât cu nivelul de cultură generală şi instruire profesională – expresie a eforturilor depuse de individ, familie, întreprinderi şi societate în ansamblu - cât şi cu nivelul de dezvoltare economică a ţării. În această din urmă direcţie acţionează tradiţia şi experienţa acumulată în producţie pentru diferitele meserii şi profesii apărute în cadrul şi pe baza procesului de adâncire a diviziunii sociale a muncii.

Conţinutul factorului uman s-a aflat în permanenţă sub incidenţa dezvoltării generale a societăţii. De-a lungul mileniilor, pe plan mondial, activitatea omului a trecut de la cea de cultivator de plante şi crescător de animale, la cea de producător şi în prezent se face trecerea la munca creativă. În acest proces s-a trecut de la preponderenţa efortului fizic la afirmarea tot mai puternica a celui intelectual. În aceste condiţii, munca creativă devine factorul determinant al vieţii economice.

Pe masura imbunătăţirii conţinutului calitativ al muncii şi al rodniciei ei are loc şi o tendinţă obiectivă de **creştere a timpului liber** pe durata vieţii omului, expresie şi premisă a creşterii rolului factorului uman, a factorului de civilizaţie în general.



Să ne reamintim....

Factorii de producţie reprezintă totalitatea resurselor necesare şi suficiente pentru ca orice proces de producţie să se poată desfăşura conform scopului său predeterminant.

Munca şi natura) sunt consideraţi factori originari, primari ai producţiei, iar capitalul factor derivat al producţiei. Neofactorii de producţie se referă la abilităţile întreprinzătorilor, tehnologiile performante, etc.

6.1.3 Pământul – factorul natural al producţiei

Pământul sau factorul natural al producţiei se referă la toate resursele brute din natură care pot fi folosite la producerea bunurilor şi serviciilor. Astfel, solul, aerul, mineralele, apa, lemnul brut din pădure etc., toate intră în categoria acestor resurse denumite generic „pământ'' sau **factorul natural al producţiei**.

Pământul este punctul de pornire al întregii activităţi economice. Ansamblul proceselor de muncă ce definesc multitudinea activităţilor din economie sunt legate într-o formă sau alta de factorul pământ, căci el constituie atât substanţa şi condiţiile materiale primare ale producţiei, cât şi forţa motrice pentru dezvoltarea producţiei de bunuri materiale şi servicii.

În agricultură şi silvicultură procesul de cultură este indiscutabil legat de valorificarea unui ansamblu de însuşiri ale pământului, specifice **solului**. Solul este identificat ca mărime cu fondul funciar, care include toate terenerile cuprinse în limita graniţelor naţionale: terenurile arabile, viile, livezile, terenurile forestiere, apele freatice etc. El este un factor de producţie de neînlocuit şi limitat ca întindere dar care dispune de o mare capacitate de regenerare şi de creştere a randamentului sau. Desigur, prin practicarea unei agriculturi neraţionale, rezervele de energie şi substanţe nutritive, organice şi minerale acumulate în sol se pot epuiza treptat până la afectarea gravă a potenţialului productiv al pământului. De aceea, utilizarea raţională a întregului fond funciar, păstrarea şi creşterea fertilităţii pământului în scopul realizării unei agriculturi cu randamente ridicate, capătă o semnificaţie deosebită în condiţiile creşterii demografice şi trebuinţelor umane.

În cadrul factorului natural, un loc important il ocupă **resursele de apă**. Ele îndeplinesc o serie de funcţii vitale şi de neînlocuit pentru viaţa biologică, precum şi pentru cea economică: consumul populaţiei, agricultura, silvicultura, piscicultura, industria etc. Deşi dimensiunile resurselor de apă pe glob sunt foarte mari, partea destinată folosirii constituită din apă dulce este redusă – mai puţin de un procent din cantitatea totală de apă existentă pe glob.

Resursele minerale constituie o altă componentă esenţială a factorului natural al producţiei. Ele au un rol important în asigurarea bazei de materii prime şi energie necesare desfăşurării întregii activităţi economice. Resursele minerale sunt grupate: după gradul de cunoastere, în resurse măsurabile (certe) şi resurse presupuse (ipotetice); după posibilitatile de exploatare, în resurse exploatabile (economice) cu costurile şi tehnologiile actuale, şi resursele neexploatabile (subeconomice) la nivelul actual al costurilor şi tehnologiilor existente; după conţinutul lor, în resurse bogate şi resurse sărace în substanţă utilă.

6.1.4 Capitalul – factorul derivat al producţiei

Pentru a se putea desfasura eficient, activitatea economică necesită acumularea şi utilizarea de bunuri reproductibile, a căror existenţă a dat naştere **conceptului de capital**. Dar

accepţiunile atribuite acestuia în prezent sunt foarte ample, circulând în literatura economică sub numeroase sensuri şi derivate ale acestui termen. Pentru exemplificare, iată o parte din principalele noţiuni derivate din acest termen: capital productiv, capital nominal, capital tehnic, capital financiar, capital social, capital fizic, capital uman, capital naţional etc.

În contextul capitolului de faţă, interesează capitalul ca factor de producţie. Deşi nu se pot face delimitări riguroase, acestui concept i se atribuie aceeaşi încărcătură semantică similară cu aceea a capitalului real, a capitalului productiv, a celui tehnic sau a celui fizic. În unele lucrări de teorie economică se mai folosesc aproximativ cu acelasi conţinut şi termeni ca: bunuri de capital, bunuri instrumentale (făcute, confecţionate), bunuri de investiţii.

În sens economic contemporan, **capitalul – ca factor de producţie** reprezintă ansamblul bunurilor economice acumulate – eterogene şi reproductibile – a căror utilizare face posibilă, prin reîntoarcerea lor în producţie, sporirea randamentului factorilor primari de producţie sau cel puţin duce la uşurarea muncii. El se constituie deci, din acele bunuri produse şi acumulate (economisite) care nu sunt supuse consumului personal, ci sunt utilizate de întreprinderi pentru a produce noi bunuri economice şi a le vinde cu profit.

Exemple : Din punct de vedere al rolului tehnico-producţiv şi investiţional, capitalul real cuprinde acele bunuri reproductibile care condiţionează producerea continuă şi eficientă a noilor bunuri economice: instalaţiile şi infrastructurile materiale industriale, agricole şi comerciale, echipamentele, instrumentele şi aparatul tehnic de producţie, poduri, autostrăzi, reţele moderne de transporturi şi comunicaţii, brevete şi documentaţii tehnico-ştiinţifice, stocurile de premise materiale (materii prime, materiale, combustibili, semifabricate, producţie neterminata etc.) – normale sau considerate normale – fără a căror menţinere nu se poate asigura ritmul necesar al activităţii economice.

După modul specific în care se consumă şi se înlocuiesc, componentele capitalului real se grupează în: capital fix şi capital circulant.

Capitalul fix reprezintă acea parte a capitalului productiv (real, tehnic) format din bunuri de lungă durată ce servesc ca instrumente ale muncii oamenilor în mai multe cicluri de producţie, care se consumă treptat şi se înlocuiesc după mai mulţi ani de utilizare.

Exemple : Cea mai generală structură a capitalului fix este urmatoarea: **construcţii:** clădiri, hale şi alte instalaţii industriale, magazine comerciale, infrastructura materială din agricultură etc.; **echipamente de producţie:** utilaje şi maşini-unelte, agregate şi instalaţii de lucru, mecanisme şi dispozitive de reglare, mijloace de transport etc.

Capitalul fix se distinge prin caracterul limitat al destinaţiilor sale alternative privind trecerea de la un fel de utilizare productivă la altul. Rigiditatea utilizării lui este cu atât mai mare cu cât echipamentul tehnic de producţie este mai specializat.

Capitalul circulant reprezintă acea parte a capitalului productiv care se consumă în întregime în decursul unui singur ciclu de producţie şi care trebuie inlocuit cu fiecare nou circuit economic. În sfera acestui capital se includ: materii prime, materiale de bază şi auxiliare, energie, combustibili, semifabricate etc. Bunurile care alcătuiesc capitalul circulant sunt susceptibile la mai multe utilizări, cu atât mai mult cu cât sunt mai aproape de stadiul materiei brute naturale.

Pe masura dezvoltării economice, îndeosebi în perioadele de progres tehnic intens se produc nu numai sporuri cantitative ci şi modificări structurale, respectiv îmbunătăţiri calitative.

Modificările multiple aratăte se află sub incidenţa unei multitudini de factori, efectele acestora putând fi analizate pe baza următoarelor procese: formarea capitalului; consumul sau deprecierea capitalului fix; scoaterea din funcţiune a capitalului fix.

Formarea brută a capitalului real (fix sau circulant) cuprinde formarea brută de capital fix şi variaţia stocurilor.

Formarea bruta de capital fix caracterizează procesul prin care bunurile durabile sunt dobândite de întreprinderi în scopul de a fi utilizate pe o perioadă mai mare de un an în procesul de producţie. Ea cuprinde: a) bunuri durabile noi achizitionate de pe piaţă sau produse pe cont propriu de întreprinderi, în cursul perioadei considerate şi destinate a fi utilizate în procesul lor de producţie; b) bunurile şi serviciile încorporate în bunuri de capital fix existente în scopul de a ameliora, de a creşte durata de viaţă şi randamentul sau de a proceda la refacerea lor.

Variaţia stocurilor reprezintă diferenţa dintre intrările în stocuri şi ieşirile din stocuri în cursul unei anumite perioade considerate. Stocurile conţin toate bunurile (materii prime, materiale, semifabricate, combustibili, producţie neterminată, produse finite) care se găsesc în posesia întreprinderilor. Serviciile a căror consumare este concomitentă cu producerea lor, nu pot face obiectul stocurilor şi deci al formării capitalului.

Formarea capitalului fix are loc prin intermediul **investiţiilor**, care sunt formate din totalitatea cheltuielilor facute de întreprinderi pentru refacerea, ameliorarea şi dezvoltarea capacităţilor de producţie. Investitia totală făcută într-o anumită perioadă pentru formarea brută de capital fix poartă denumirea de **investitie brută**. Ea are ca sursă atât amortizarea capitalului fix în funcţiune, cât şi acumularea netă de capital prin economisirea şi alocarea unei părţi din venitul obtinut (profitul net şi fonduri de dezvoltare).

Consumul capitalului fix reprezintă **deprecierea bunurilor de capital fix** survenită în decursul perioadei considerate ca urmare a uzurii normale şi a invechirii previzibile; de regulă, cuprinde şi o rezervă pentru pierderi de bunuri durabile în urma unor pagube

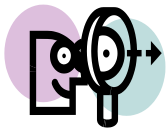
accidentale asigurabile (cheltuielile cu asigurările). Deprecierea pentru toate bunurile ce alcătuiesc capitalul fix (care au făcut obiectul formării brute a capitalului fix) se recuperează prin **amortizare** care se include în costul producţiei. Cum capitalul fix participă la mai multe procese (cicluri) de producţie, în valoarea anuală a acestui cost se include numai o fracţiune din valoarea investiţiei iniţiale, sub forma cotei de amortizare. Recuperarea acesteia inclusă în final în preţul de vânzare al produselor, permite constituirea unui fond de amortizare prin intermediul căruia va fi posibilă înlocuirea capitalului fix când va sosi sfârşitul vieţii sale tehnice (durata normală de funcţionare).

Scoaterea din funcţiune este rezultatul deprecierii capitalului fix datorate atât uzurii fizice cât şi a celei morale a acestuia.

Prin **uzura fizica** a capitalului fix se înţelege pierderea treptată a proprietătilor tehnice de exploatare a acestuia, ca urmare a folosirii productive şi a acţiunii agenţilor naturali.

În afara deprecierii datorate uzurii fizice, capitalul fix este supus şi deprecierii datorate **uzurii morale**. Cauza uzurii morale o constituie progresul tehnic, însoţit, evident, de creşterea productivităţii muncii şi a randamentului unor noi echipamente de producţie apărute pe piaţa factorilor de producţie. În condiţiile în care performanţele tehnice şi economice ale unora din echipamentele de producţie existente nu mai corespund, este necesară înlocuirea capitalului fix vechi, depreciat din punct de vedere moral, cu echipamente noi, înainte de uzarea completă din punct de vedere fizic a celor vechi.

O regulă de mult practicată în activitatea întreprinderilor din ţările dezvoltate economic, acceptată şi de autorităţile fiscale, constă în stabilirea din momentul achiziţionării echipamentului de producţie a unor cote anuale de amortizare care să ţină seama atât de efectele uzurii fizice cât şi de ale celei morale.



Să ne reamintim...

Capitalul tehnic este format din acele bunuri produse şi acumulate sunt utilizate de către întreprinderi pentru a produce noi bunuri economice şi a le vinde cu profit.

După modul specific în care se consumă şi se înlocuiesc, componentele capitalului real se grupează în: capital fix şi capital circulant. Deprecierea pentru bunurile ce alcătuiesc capitalul fix se recuperează prin amortizare, care se include în costul producţiei.

01:00

6.2 Funcţia de producţie. Analiza pe termen scurt

Teoria producătorului nu diferă, în esenţă, de teoria consumatorului. În ambele cazuri, este vorba de analiza „comportamentului maximizator" al unor agenţi economici „raţionali" care caută obţinerea unui maxim de avantaje pornind de la resursele lor limitate. Aceştia se confruntă cu mai multe opţiuni, aflându-se, deci, în faţa mai multor alternative, dintre care

aleg pe baza unei funcţii-obiectiv (sau funcţii-scop): maximizarea nivelului de producţie pentru producători; maximizarea nivelului de utilitate pentru consumator. Conceptele şi instrumentele de analiză sunt, de asemenea, în principiu asemănătoare: funcţia de utilitate, curbele de izoutilitate, utilitatea marginală, rata marginală de substituire a bunurilor etc. în cadrul analizei comportamentului consumatorului; funcţia de producţie, curbe de izoprodus, productivitate marginală, rata marginala de substituire a factorilor, etc. în cadrul analizei comportamentului producătorului.

Producţia poate fi definită ca un ansamblu de operaţiuni privind utilizarea şi transformarea factorilor de producţie în bunuri economice, în condiţii de raţionalitate economică. Aceasta presupune o anumită combinare a factorilor de producţie.

Combinarea factorilor de producţie reprezintă un mod specific de asociere a acestora şi este expresia a două aspecte – unul tehnic şi altul economic. Din punct de vedere tehnic, combinarea factorilor este specifică fiecărui proces de producţie; obţinerea oricărui bun economic presupune unirea unor servicii ale factorului muncă de o anumită calificare, cu echipamente tehnice, materii prime şi materiale specifice procesului de fabricaţie a bunului respectiv. De regulă, există mai multe metode sau procedee de fabricaţie pentru producerea unui anumit bun. Producătorul trebuie să aleagă, deci, din considerente economice, între mai multe metode de fabricaţie disponibile. De asemenea, el trebuie să decidă în condiţiile unor restricţii (constrângeri) economice privind existenţa unor resurse limitate, a unor preţuri determinate în mod exogen, etc. Toate acestea pun problema combinării optime a factorilor de producţie, alegerii de către producător a acelui program de producţie care să-i asigure maxim de avantaje în condiţiile resurselor sale limitate.

Pentru a analiza opţiunea producătorului privind combinarea optimă a factorilor de producţie trebuie să se pornească de la o serie de proprietăţi ale acestora, cum sunt: mobilitatea, adaptabilitatea, complementarietatea şi substituibilitatea.

Mobilitatea factorilor de producţie constă în posibilitatea transferării unui factor de producţie de la un tip de utilizare la altul (mobilitate industrială şi ocupaţională) sau de la o zona la alta (mobilitate geografică).

Divizibilitatea factorilor de producţie înseamnă posibilitatea de a împarţi (divide) un factor de producţie în unităţi simple, în subunităţi omogene, fără a afecta calitatea utilizării factorului respectiv.

Exemple : Acestă proprietate este valabilă pentru numeroase bunuri de capital (materii prime, combustibili, energie electrică), pentru factorul muncă care se poate divide în unităţi de muncă omogene (număr de salariati, de zile muncă, ore muncă), sau pământ care se poate fracţiona în unităţi de suprafaţă. În cazul unor factori de producţie, fracţionarea este imposibilă; de exemplu, un baraj la o hidrocentrala electrică; o centrală nucleară, un avion, un laminor. În aceasta situatie există o indivizibiltate a factorilor de producţie.

Adaptabilitatea factorilor de producţie se referă la facultatea (posibilitatea) de asociere a unei unităţi divizibile dintr-un factor de producţie cu un număr mai mare sau mai mic de unităţi dintr-un alt factor de producţie.

Exemplu : pe o suprafaţă de teren este posibil să lucreze un număr mai mare sau mai mic de lucratori agricoli.

Complementaritatea factorilor de producţie exprimă faptul ca la o situatie dată de producţie, o cantitate determinată dintr-un factor de producţie nu poate fi asociată decât unei cantităţi date (fixe) dintr-un alt factor de producţie. Astfel, pot fi luate în considerare cazuri de **complementaritate strictă** şi respectiv, de **inadaptabilitate totală**.

Exemple : Există cazuri de combinatie de genul şurubului cu piuliţa (nu putem compensa lipsa de şuruburi cu suplimentul de piuliţe) sau pentru a conduce un camion este nevoie de un singur şofer, după cum numărul de strungari angajaţi poate fi strict limitat de numărul de strunguri utilizate etc. În altă situaţie poate exista o **complementaritate nonstrictă**, în sensul că producătorul dispune de o anumită suplete şi poate, într-o anumită măsură, să acţioneze asupra combinaţiei factorilor de producţie; de exemplu, prin trecerea de la un program de producţie cu un schimb, la un program de producţie cu două sau trei schimburi, situaţie în care unei cantităţi date de echipamente de producţie poate să-i fie asociate un număr mai mare sau mai mic de lucrători.

Dacă factorii de producţie se caracterizează în acelaşi timp prin divizibilitate şi prin adaptabilitate, atunci în mod normal există şi posibilitatea de substituire între aceştia.

Substituibilitatea factorilor de producţie reflectă posibilitatea înlocuirii (substituirii) unei cantităţi determinate dintr-un factor de producţie cu o cantitate dată dintr-un alt factor de producţie, volumul producţiei rămânând acelaşi.

Exemple : O recoltă dată de cereale poate fi obtinută utilizând mai multă fertilizare (îngrăşăminte) pe o suprafaţă mai mică, sau mai puţină fertilizare pe o suprafaţă mai mare de teren. Sau, într-un alt caz, un drum poate fi construit fie folosind mai multe utilaje şi mai puţini lucrători, fie mai puţine utilaje şi mai multă mână de lucru etc.

Substituirea este un fenomen normal în procesul combinării factorilor de producţie; de regulă, înlocuirea poate avea loc între muncă şi capital, sau între aceste resurse şi factorul natural. De asemenea, substituirea poate avea loc între diferitele elemente ale bunurilor de capital; de exemplu, înlocuirea unor materii prime naturale cu cele sintetice, a unui tip de combustibil cu altul etc.

În consecinţă, o anumită producţie poate fi funcţie de combinări concrete de factori de producţie, opţiunea pentru o anumită combinaţie bazându-se pe ipoteza substituirii factorilor.

Legătura între modificările ce au loc în proporţiile de combinare a factorilor de producţie şi rezultatele obţinute este analizată cu ajutorul funcţiei de producţie.

Funcţia de producţie evidenţiază relaţia dintre cantitatea produsă dintr-un anumit bun economic (output) şi cantităţile de factori utilizaţi în producerea sa (input).Astfel, dacă pentru obţinerea unui anumit volum al producţiei (Q) este necesară combinarea unei cantităţi date de muncă (L) cu o cantitate determinată de bunuri de capital (K), atunci putem spune că producţia este funcţie de muncă şi de capital:

$$Q = Q\ (L,K)$$

Aceasta este expresia simplă a funcţiei de producţie care descrie relaţia tehnologică dintre rezultatul producţiei şi factorii săi. Faptul că facem abstracţie de alte inputuri (teren, consumuri intermediare, etc.) pentru a simplifica analiza şi uşura inţelegerea, aceasta nu modifică valoarea concluziilor desprinse, cu privire la comportamentul producătorului.

Atunci când utilizăm funcţia de producţie în abordarea combinării factorilor de producţie, trebuie să ţinem seama că atât inputurile cât şi ieşirile reprezintă variabile de flux, mărimi determinate pentru o anumită perioadă de timp (o zi, o săptamană, o lună etc.). Dacă firma doreşte să-şi mărească volumul producţiei şi al ofertei de la o perioadă la alta, ea trebuie în acelaşi timp să crească şi intrările de factori de producţie. În toate sectoarele de activitate, o firmă nu poate însă modifica toţi factorii săi de producţie în acelaşi interval de timp. Astfel, dacă ea poate modifica relativ uşor cantitatea de muncă angajată sau volumul de materiale achiziţionate, în schimb este nevoie de o perioadă mai indelungată pentru a investi în noi construcţii, echipamente şi tehnologii de producţie.

În acest context, putem afirma că teoria producţiei analizează principiile care stau la baza deciziilor producătorilor atât pe termen scurt, cât şi pe termen lung.

Termenul scurt este definit ca fiind perioada de timp suficientă ca intrările unor factori de producţie (numiţi factori variabili) să poată fi modificaţi. Producţiile pot fi astfel mărite prin suplimentarea cantităţilor utilizate din aceste intrări care sunt asociate cu cantităţi date din factori ce nu pot fi modificaţi pe termen scurt şi care sunt numiti **factori ficşi.** Rezultă că, pe termen scurt, cel puţin un factor relevant de producţie (de regulă, capitalul) este factor fix.

Termenul lung este definit ca fiind o perioadă de timp suficient de lungă pentru ca toate intrările de factori de producţie să poată fi modificaţi. În această situaţie, toţi factorii sunt variabili, firma având posibilitatea să-şi extindă capacitatea de producţie şi să purceadă la noi metode şi tehnologii de producţie.

Pe termen scurt, funcţia de producţie corelează producţia cu intrările din factorii variabili, care sunt asociate unor cantităţi date din factorii ficşi. În exemplul nostru, al funcţiei de producţie simplificate, factorul variabil este munca (L), iar factorul fix este capitalul (K). În acest context, modificarea volumului producţiei ($\Delta Q = Q_2 - Q_1$) este funcţie de modificare a factorului muncă ($\Delta L = L_2 - L_1$), relaţia fiind: $\Delta Q = Q_2\text{-}Q_1 = Q(L_2K) - Q(L_1K)$.

Pornind de la această relaţie, putem determina variabilele funcţiei de producţie pe termen scurt. Aceste variabile sunt trei importanţi indicatori ai producţiei unei firme, şi anume: producţia totală sau produsul total (Q_T); productivitatea medie sau produsul mediu (W_M); productivitate marginal sau produs marginal (W_{mg}).

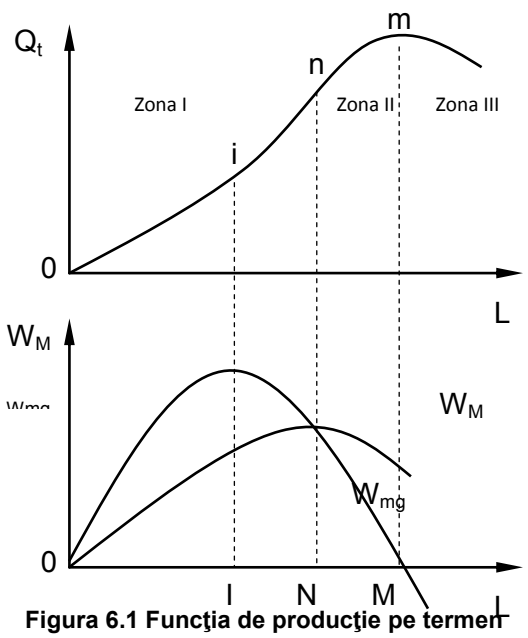


Figura 6.1 Funcţia de producţie pe termen scurt a unei firme

În graficele din Figura 5.1 sunt reprezentate curbele celor trei variabile ale funcţiei de producţie în care factorul variabil este munca. Astfel, curba producţiei totale (Q_T) porneşte din origine (pentru L = 0, Q_T = 0) şi este crescătoare (are panta pozitivă) pentru toate valorile lui L > 0 până în punctul M; într-o primă fază Q_T se modifică mai rapid, cu rate crescătoare, apoi curba Q_T trece printr-un punct de inflexiune (I) în care unde productivitatea marginală (W_{mg}) este maximă, după care creşterea producţiei devine din ce în ce mai mică până în punctul M, când atinge nivelul maxim, productivitatea marginal fiind nulă. Dincolo de acest punct, care corespunde lui L_M, producţia totală rămâne pozitivă, dar scade continuu, întrucât pentru valori ale lui L > L_M cantitatea din factorul muncă devine excedentară în raport cu ceilalţi factori care rămân ficşi.

Productivitatea marginală (W_{mg}) creşte până la un maxim (în care L = L_I şi unde curba Q_T prezintă punctul de inflexiune) după care rămâne pozitivă, dar descreşte continuu, până când se anulează (W_{mg} = 0 pentru L = L_M - acest punct corespunde, aşa cum s-a mai observant, nvelului maxim al producţiei totale). Productivitatea medie (W_M) creşte, de asemenea, până la un maxim (pentru L = L_N), după care curba devine înclinată negativ.

Să ne reamintim...

Funcţia de producţie pe termen scurt corelează producţia obţinută cu intrările din factorii de producţie variabili, care sunt asociate unor cantităţi date din factorii ficşi.

Prin urmare, analiza funcţiei de producţie pe termen scurt permite formularea mai multor concepte şi ipoteze referitoare la activitatea unei firme.

Productivitatea marginală a unui factor de producţie reprezintă sporul sau suplimentul de producţie care rezultă din utilizarea unei unităţi suplimentare din factorul variabil, cantităţile utilizate din ceilalţi factori rămânând nemodificate. Productivitatea

marginală poate fi definită şi ca derivata parţială a producţiei totale în funcţie de factorul variabil ($W_{mg} = Q'_L = dQ/dL$):

$$W_{mg} = \Delta Q/\Delta L = dQ/dL$$

Conform regulilor matematice, maximul producţiei totale este atins atunci când derivata parţială a funcţiei de producţie este zero. Prin anlogie, înseamnă că, producţia totală atinge nivelul maxim când productivitatea marginală a factorului variabil este zero:

Q_T = max, dacă $Q'_L = 0$,adică dacă $W_{mg} = 0$

Productivitatea medie a unui factor de producţie (sau producţia în medie pe unitatea de factor de producţie) este raportul dintre producţia totală şi cantitatea corespunzătoare utilizată din factorul respectiv: Q_T/L. După cum s-a văzut din analiza grafică, productivitatea medie nu este constantă; ea urmează, de regulă, tendinţa productivităţii marginale, între acestea, existând următoarele relaţii:

a) curba productivităţii marginale intersectează curba productivităţii medii în punctul maxim al acesteia din urma; Este evident ca în acest punct $W_{mg} = W_M$;

b) când curba productivităţii marginale este situata deasupra curbei productivităţii medii, aceasta din urmă este crescătoare; în această situaţie: $W_{mg} > W_M$;

c) invers, curba productivităţii marginale este pozitionată sub curba productivităţii medii, atunci când aceasta din urmă este descrescatoare. În acestcaz: $W_{mg} < W_M$.

Ipoteza cea mai importantă, care vizează esenţa analizei funcţiei de producţie priveşte evoluţia **randamentelor factoriale**.

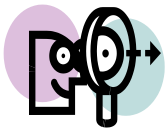
Legea randamentelor descrescătoare sau legea productivităţii marginale descrescânde poate fi formulată astfel: dacă unor cantităţi date din factorii ficşi le sunt asociate cantităţi în creştere dintr-un factor variabil, se va ajunge, în cele din urmă, la scăderea productivităţii marginale şi a celei medii. Fiecare unitate adiţională (suplimentară) din factorul variabil va determina sporuri din ce în ce mai mici de producţie, ceea ce înseamnă că productivitatea marginală (şi implicit cea medie) devin descrescătoare.

Explicaţia acestor evoluţii rezidă din faptul că, pe termen scurt, cantitatea instalaţiilor şi echipamentelor de producţie este fixă; de aceea, atunci când acestora le sunt asociate primele unităti din factorul muncă, capitalul existent este subutilizat, pentru a deveni în cele din urmă, suprautilizat ca urmare a angajării unui număr tot mai mare de lucrători, care devin, la rândul lor, subutilizaţi sau chiar de prisos. Rezultă că, pe termen scurt, firma este interesată să producă în acel punct al funcţiei de producţie (care corelează rezultatul cu intrările din factorul variabil) care-i permite cea mai bună utilizare a echipamentelor instalate şi în care deja a investit.

Pentru a aprofunda analiza referitoare la principiile care călăuzesc alegerile (deciziile) producătorului pe termen scurt, funcţia de producţie a fost imparţită în trei zone sau faze, asa cum rezultă din Figura 6.1:

- **zona I** (intervalul $L_0 - L_N$): productivitatea marginală excede productivitatea medie, iar aceasta din urmă continuă să crească până atinge maximul, punct în care este egală cu cea marginală;
- **zona II** (intervalul $L_N - L_M$): productivitatea marginală şi cea medie intră în declin, dar producţia totală continuă să crească cu rate descrescătoare până atinge nivelul maxim în punctul M;
- **zona III** (unde $L > L_M$): producţia totală începe să scadă întrucât productivitatea marginală devine negativă.

Este evident că zona de producţie a firmei este zona sau faza II a funcţiei de producţie, care are ca limită în stânga, punctul unde productivitatea muncii este maximă, iar în dreapta, punctul în care producţia totală este maximă şi unde, deci, şi productivitatea capitalului este maximă. Aşadar, firma va decide asupra punctului în care va produce în intervalul celor două limite (sau pe segmentul NM al curbei producţiei totale), în funcţie de ceea ce îi este mai avantajos (productivitatea maximă a muncii sau a capitalului existent) ţinând seama şi de alte condiţii (preţurile factorilor de producţie, cererea pe piaţă a produsului şi preţul acestuia etc.). O firmă care urmăreşte maximizarea profitului său nu va alege să opereze la un punct din zona I, unde capitalul în care a investit este subutilizat, iar randamentele factorilor de producţie scăzute, şi cu atât mai puţin ea nu are nici un interes să-şi extindă intrările din factorul variabil în zona III, chiar dacă ar dobândi gratuit serviciile acestui factor. Dimpotrivă, dacă ar opera în această zona (faza III), pentru a-şi ameliora producţia şi eficienţa, firma este constrânsă să-şi reducă numărul angajaţilor şi să revină în zona II a funcţiei de producţie. Alternativa ar fi să investească în utilaje şi echipamente suplimentare, dar aceasta ţine de analiza pe termen lung a funcţiei de producţie în care toţi factorii sunt variabili.



Să ne reamintim...

Productivitatea medie exprimă producţia obţinută în medie pe unitatea de factor de producţie utilizat.

Productivitatea marginală reprezintă sporul sau suplimentul de producţie care rezultă din utilizarea unei unităţi suplimentare din factorul variabil, cantităţile utilizate din ceilalţi factori rămânând nemodificate.

Legea productivităţii marginale descrescânde (Legea randamentelor descrescătoare) poate fi formulată astfel: dacă unor cantităţi date din factorii ficşi le sunt asociate cantităţi în creştere dintr-un factor variabil, se va ajunge, în cele din urmă, la scăderea productivităţii marginale şi a celei medii.

02:00

6.3. Echilibrul producătorului. Analiza pe termen lung

Pe termen scurt firma trebuie să aleagă cum să-şi utilizeze cel mai bine capacităţile de producţie existente, utilajele şi echipamentele în care deja a investit, pe termen lung ea trebuie să decidă în care din utilaje, echipamente şi tehnologii de fabricaţie trebuie să investească.

Opţiunile producătorului pe termen lung sunt decizii strategice şi cu grad ridicat de risc. Pe termen lung, teoria producătorului se ocupă, aşadar, de acele situaţii în care capacităţile de producţie şi tehnologiile la care are acces firma fac obiectul schimbării. În aceste situaţii, însăşi funcţia de producţie se schimbă astfel încât intrările date de L şi K sunt asociate cu cantităţi diferite de producţie sau invers, un anumit nivel al producţiei poate fi asociat unor intrări diferite din cei doi factori de producţie. Pentru a fi competitivă, firma trebuie să aleagă din multitudinea alternativelor tehnice de combinare a factorilor pe cea care permite obţinerea celei mai mari producţii la anumite intrări sau costuri cu cei doi factori de producţie sau, analog, realizarea producţiei dorite cu cele mai mici costuri posibile.

Folosind metodologia deja cunoscută de la teoria consumatorului, în continuare, vom analiza alegerile pe termen lung ale producătorului şi situaţiile de echilibru ale acestuia. Presupunem că munca (L) şi capitalul (K) sunt factori perfect divizibili şi adaptabili şi, deci, substituibili. În acest caz, producţivităţile lor marginale pot fi definite drept derivată parţială a funcţiei de producţie în raport cu factorul considerat:

$$Q'_L = \frac{dQ}{dL}; \qquad Q'_K = \frac{dQ}{dK}$$

Reprezentarea grafică a modurilor de combinare a intrărilor din cei doi factori pentru obţinerea unui volum dat de producţie, se realizează cu ajutorul aşa-numitelor izocuante sau curbe de izoprodus (curbe ale unor producţii constante, egale – „izo” înseamnă egal).

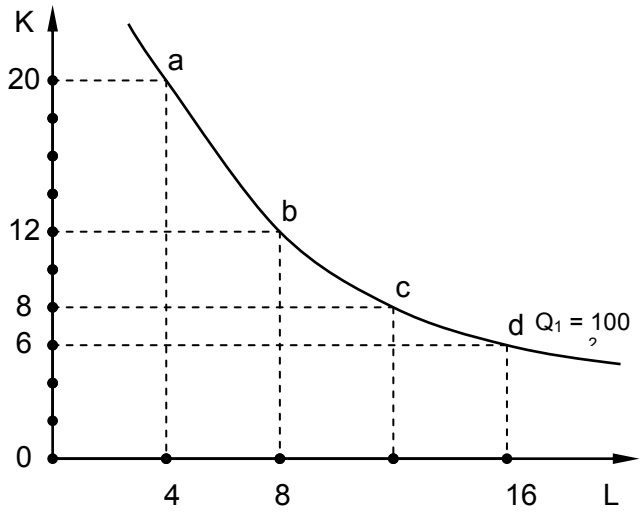


Figura 6.2. Izocuanta

Izocuanta evidenţiază ansamblul combinaţiilor factorilor de producţie care permit obţinerea aceluiaşi volum de producţie. Ea este dedusă din funcţia de producţie cunoscută (Q = Q(L,K)), prin modificarea lui L şi K în aşa fel încât Q să fie menţinut constant.

Figura 6.2 prezintă o anumită izocuantă care arată seria de combinaţii sau posibilităţi tehnologice pentru a produce un nivel dat al producţiei.

Exemplu : acelaşi nivel al producţiei (turnarea a $Q_1 = 100$ m^2 de asfalt pe o şosea) poate fi realizat fie utilizând o cantitate mare de capital şi mai puţină forţă de muncă (combinaţia a), fie folosind o cantitate mai mică de capital şi mai multă forţă de muncă (combinaţia d).

Din moment ce curba este continuă, sunt posibile o infinitate de metode sau combinaţii de producţie; ele sunt combinaţii ale unor producţii egale şi se bazează pe substituirea factorilor de producţie.

Rata marginală de substituire (RMS) reprezintă cantitatea dintr-un factor necesară pentru a compensa pierderea potenţială de producţie determinată de reducerea intrărilor din celălalt factor de producţie. RMS măsoară, deci, rata la care un factor este substituit cu altul, pentru a menţine producţia constantă:

$$RMS = -\frac{\Delta K}{\Delta L}$$

Pe masură ce se trece de la un punct al izocuantei la altul, producţia este menţinută constantă prin substituirea unui factor cu altul. Raportul $\frac{\Delta K}{\Delta L}$ măsoară rata de substituţie între diferite puncte de pe izocuantă.

Exemplu : dacă firma care asfaltează şoseaua doreşte să se deplaseze din punctul „b" în punctul „a" pentru a utiliza relativ mai mult capital ($\Delta K = 20 - 12$) şi mai puţină forţă de muncă ($\Delta L = 8 - 4$), ea poate menţine acelaşi nivel al producţiei (100 m^2) substituind o unitate din factorul muncă cu două unităţi din factorul capital ($\frac{8 \cdot \Delta K}{4 \cdot \Delta L}$).

Rata marginală de substituire este evidenţiată grafic prin valoarea pantei izocuantei într-un anumit punct. RMS ia valori diferite pe tot parcursul izocuantei (care este o curbă convexă la origine) şi este egală, în orice punct al ei, cu raportul invers dintre productivităţile marginale ale celor doi factori în acel punct:

$RMS = - dK/dL = Q'_K/Q'_L$

Să ne reamintim...

Pe izocuantă sunt reprezentate pachete de factori de producţie care asigură obţinerea aceluiaşi nivel al producţiei.

Rata marginală de substituire (RMS) reprezintă cantitatea suplimentară dintr-un factor de producţie necesară pentru a compensa pierderea potenţială de producţie determinată de reducerea intrărilor din celălalt factor de producţie, astfel încât producţia să rămână constantă.

Rata marginală de substituire oferă informaţii utile privind combinarea şi substituirea între factori pentru un nivel de producţie dat. Fiecărui nivel de producţie îi corespunde o izocuantă, care redă combinaţii alternative de factori care conduc la atingerea acelei producţii. Dacă pe un singur grafic reprezentăm mai multe izocuante, obţinem o hartă a izocuantelor.

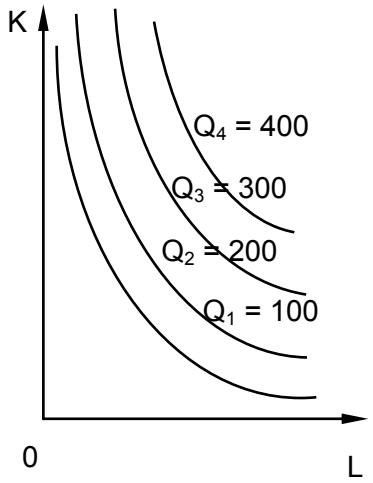


Figura 6.3. Harta izocuantelor

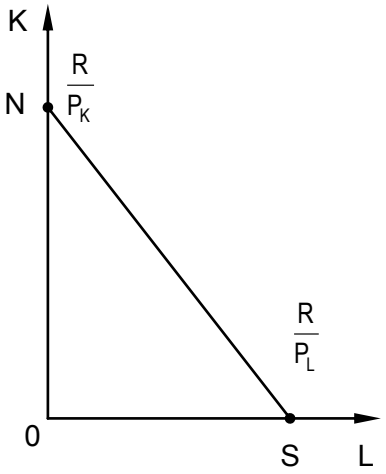


Figura 6.4. Linia izocostului

Harta izocuantelor reprezintă ansamblul izocuantelor care oferă informaţii producătorului asupra diferitelor niveluri de producţie posibil de atins în diverse combinaţii ale factorilor de producţie. În Figura 5.3 este prezentată o harta cu patru izocuante, una pentru fiecare nivel de producţie ($Q_4 > Q_3 > Q_2 > Q_1$). Generalizând, putem imagina în planul axelor L0K o infinitate de izocuante, fiecare corespunzând unui nivel dat al producţiei. Cu cât sunt mai indepărtate de origine, cu atât izocuantele relevă niveluri mai ridicate de producţie.

Posibilitătile de opţiune ale producătorului se manifestă în condiţiile unor restricţii (constrângeri) determinate de volumul resurselor sau al bugetului de care dispune (R) şi de preţurile factorilor de producţie (P_L, P_K) care nu sunt sub controlul acestuia; ele sunt variabile exogene pentru decizia firmei.

Producătorul trebuie să opteze atât asupra nivelului producţiei, cât şi asupra metodei (combinaţiei) utilizate pentru a obtine acel volum al producţiei. În momentul deciziei, producătorul dispune de un volum limitat al resurselor sale, pe care le va investi (cheltui) pentru achizitionarea celor doi factori, ceea ce înseamnă că: $R = L \cdot P_L + K \cdot P_K$

Aceasta este ecuaţia unei drepte cu panta negativă ($-\frac{P_L}{P_K}$), numită dreapta sau linia izocostului. Ea este analoagă dreptei bugetului de la teoria consumatorului.

Linia izocostului evidentiază ansamblul combinaţiilor posibile de factori de producţie pe care producătorul poate să-i achizitioneze cheltuind integral bugetul sau resursele sale disponibile.

După cum se observă din Figura 6.4, orice punct al dreptei NS reprezintă o cheltuială egală ca mărime, dar cu o repartizare diferită între L şi K, punctele extreme fiind: punctul N de intersecţie al dreptei cu axa ordonată, când întregul buget este investit în capital ($\frac{R}{PK}$) şi punctul S de intersectie al dreptei izocostului cu abcisa, când tot bugetul este cheltuit pentru achiziţionarea factorului muncă ($\frac{R}{P_L}$).

Să ne reamintim...

Izocostul pune în evidenţă ansamblul combinaţiilor posibile de factori de producţie pe care producătorul poate să-i achizitioneze cheltuind integral bugetul sau resursele sale disponibile.

Asadar, domeniul de opţiune al producătorului este reprezentat de triunghiul ONS, inclusiv frontiera NS. Producătorul (firma) va tinde, ţinând seama de constrângerea bugetară, să producă cât mai mult posibil, să maximizeze producţia la un cost dat. Situaţia de echilibru este obtinută atunci când firma nu mai poate să-şi mărească producţia în condiţiile constrângerilor precizate.

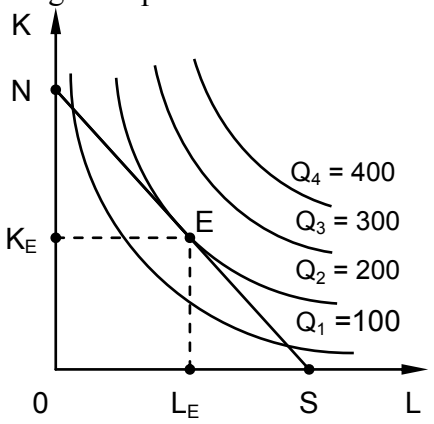


Figura 6.5. Echilibrul producătorului (maximizarea productiei)

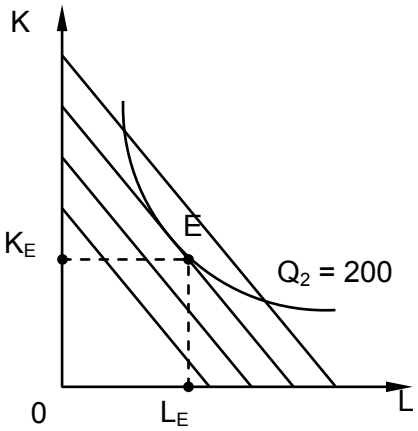


Figura 6.6. Echilibrul producătorului (minimizarea costului)

În reprezentare grafică, echilibrul producătorului poate fi definit pornind de la confruntarea liniei izocostului cu harta izocuantelor. Linia izocostului are panta negativă şi va fi întotdeauna tangentă uneia dintre izocuante. După cum se vede şi în Figura 6.5, echilibrul producătorului este atins în punctul E în care linia izocostului este tangentă la una din izocuante (în exemplul nostru, Q_2). Situarea acestui punct în grafic defineşte atât nivelul maxim al producţiei posibil de realizat (Q_2 = 200 m^2), cât şi combinaţia de factori utilizaţi, reprezentată prin coordonatele L_E şi K_E.

Pe baza aceleiaşi metodologii de analiză, putem defini echilibrul producătorului pornind de la ipoteza în care acesta este pus în situaţia să minimeze costul pentru un nivel dat al producţiei (în exemplul luat cu firma care execută lucrări de asfaltare, presupunem că aceasta doreşte să realizeze o suprafaţă de 200 m^2).

Potrivit acestei ipoteze, producătorul trebuie să aleagă acea combinaţie de factori (L şi K) ale căror preţuri sunt date (P_L şi P_K) care să-i permită realizarea nivelului dat de producţie (Q_D) cu un cost ($C = L \cdot P_L + K \cdot P_K$) minim; în această ipoteză, costul este, deci, variabila a cărei mărime trebuie minimizată prin metoda de producţie utilizată.

În Figura 6.6 sunt reprezentate grafic mai multe drepte ale izocostului, fiecare corespunzând unor niveluri diferite ($C_4 > C_3 > C_2 > C_1$). Echilibrul firmei este atins în punctul (E) în care izocuanta corespunzătoare nivelului de producţie determinat (Q_D) este tangentă la una din liniile izocostului (C_3). Acest punct (E) defineşte nivelul minim al costului (C_3) cu care firma poate obţine volumul dorit de producţie ($Q_D = 200$ m^2) prin combinaţia de factori utilizaţi (L_E şi K_E). Acelaşi volum de producţie mai poate fi obţinut şi prin alte metode sau combinaţii de factori (de exemplu, R şi T), dar care corespund unui cost mai ridicat (C_4).

În concluzie, pe termen lung, situaţia de echilibru a producătorului presupune alegerea acelei combinaţii de factori utilizaţi pentru a produce o cantitate dată dintr-un bun cu cele mai mici costuri sau, ceea ce este acelaşi lucru, pentru a produce cea mai mare cantitate dintr-un bun la un cost dat. Ambele situaţii – maximizarea producţiei sub constrângerea bugetară (reprezentată grafic în Figura 6.5) şi respectiv, minimizarea costului pentru o producţie dată (Figura 6.6) sunt similare (matematic se spune că una este dualul celeilalte) şi satisfac aceiaşi condiţie de echilibru: după cum se observa din ambele reprezenţări grafice, pozitia de echilibru se află în punctul unde panta izocuantei relevante are aceiaşi valoare cu panta liniei izocostului.

Întrucât panta izocuantei este dată de raportul productivităţilor marginale ale celor doi factori, care este egală cu rata marginală de substituire a lor în acel punct ($RMS = \frac{Q'_L}{Q'_K}$), iar panta liniei izocostului este dată de raportul preţurilor celor doi factori ($\frac{P_L}{P_K}$), putem formula **condiţia de echilibru a producătorului**:

$\frac{Q'_L}{Q'_K} = \frac{P_L}{P_K}$ sau $\frac{Q'_L}{P_L} = \frac{Q'_K}{P_K}$, în condiţiile cheltuirii întregului venit disponibil.

Pentru a atinge pozitia de echilibru, producătorul trebuie să pună în ecuaţie raportul preţurilor factorilor de producţie (care nu se află sub controlul său ci este dat de preţurile de pe piaţă) cu raportul productivităţilor marginale ale factorilor,care se află sub controlul său şi deci îl poate modifica prin ajustarea intrărilor din factorii respectivi. Altfel spus, producătorul sau firma aplică aşa-numita regulă a celor mai mici costuri.

Regula celor mai mici costuri constă în aceea că, pentru a-şi maximiza profitabilitatea, firma va ajusta intrările din toţi factorii de producţie astfel încât productivitatea marginală a fiecărei unităţi monetare cheltuite cu fiecare factor de producţie are acelaşi nivel. Ea este similară cu legea egalizării utilităţii marginale pe unitatea monetară

cheltuită de consumator şi are la bază regula sau principiul substituţiei (întâlnită şi la teoria consumatorului).

Principiul substituţiei operează atunci când intervin modificări în raportul dintre preţurile factorilor de producţie (panta liniei izocostului se modifică), fapt care îl determină pe producător să înlocuiască parţial factorul de producţie care a devenit relativ mai scump cu cel care a devenit relativ mai ieftin.

Regula sau principiul substitutiei intervine de fiecare dată când cei doi termeni ai ecuaţiei ce definesc condiţia de echilibru a producătorului nu mai sunt egali. Astfel, dacă raportul $\frac{Q'_L}{Q'_K}$ este mai mare decât raportul $\frac{P_L}{P_K}$ (sau $\frac{Q'_L}{P_L} > \frac{Q'_K}{P_K}$), atunci firma, aplicând regula celor mai mici costuri, va substitui capitalul prin muncă până va restabili echivalenţa productivităţilor marginale dobândite pe unitatea monetară cheltuită. Dimpotrivă, dacă $\frac{Q'_L}{P_L} < \frac{Q'_K}{P_K}$ atunci firma îşi poate ameliora profitabilitatea substituind forţa de muncă prin echipamente de producţie sau capital devenit acum relativ mai ieftin.

Să ne reamintim...

Condiţia de echilibru a producătorului este îndeplinită atunci când raportul dintre productivităţile marginale ale factorilor de producţie este egal cu raportul preţurilor acestora, în conditiile în care este cheltuit întregul buget disponibil.

Grafic, echilibrul producătorului este atins atunci când izocuanta este tangentă la izocost.

Pe termen lung, situaţia de echilibru a producătorului presupune alegerea acelei combinaţii de factori utilizaţi pentru a produce o cantitate dată dintr-un bun cu cele mai mici costuri sau, pentru a produce cea mai mare cantitate dintr-un bun, la un cost dat.

6.4 Randamentele de scară şi problema dimensiunii firmei

03:00

Analiza pe termen lung (cu toţi factorii de producţie variabili) a comportamentului producătorului capătă o semnificatie specială atunci când firma doreşte să-şi extindă scala de operaţii, să intre în afaceri într-un anumit domeniu de activitate sau să pătrundă pe alte pieţe de desfacere. În aceste situaţii, capătă relevanţă efectele produse de creşterea dimensiunii factorilor de producţie asupra rezultatelor firmei, respectiv cunoaşterea aşa-numitelor randamente de scară.

Deciziile firmei referitoare la extinderea afacerilor sale sunt luate, desigur, în limitele constrângerilor date de resursele disponibile. În condiţiile în care producătorul dispune de un volum sporit de resurse, activitatea firmei tinde, în mod firesc, să se extindă pentru a-şi mări profiturile obţinute. Aceasta relaxare a constrângerii de buget va deplasa linia izocostului spre dreapta şi paralel cu cea iniţială. Evident că o diminuare a resurselor (o accentuare a constrângerii de buget) va deplasa linia izocostului spre stânga.

Ansamblul liniilor de izocost reprezentate într-un singur grafic alcătuiesc o familie sau o hartă a izocosturilor. Folosind raţionamentul cunoscut, putem defini, pentru fiecare nivel al resurselor (bugetului) ce pot fi investite, echilibrul producătorului în punctul de tangenţă al izocuantei cu linia izocostului corespunzătoare. Dacă unim toate aceste puncte care definesc echilibrul producătorului, obţinem ceea ce se numeşte calea de expansiune a firmei sau linia de scară a acesteia.

Calea de expansiune a firmei exprimă creşterea cantităţilor de factori utilizaţi pe măsura sporirii producţiei, în condiţiile menţinerii constante a nivelului preţurilor factorilor de producţie. Când factorii de producţie (L şi K) cresc în aceleaşi proporţii, calea de expansiune

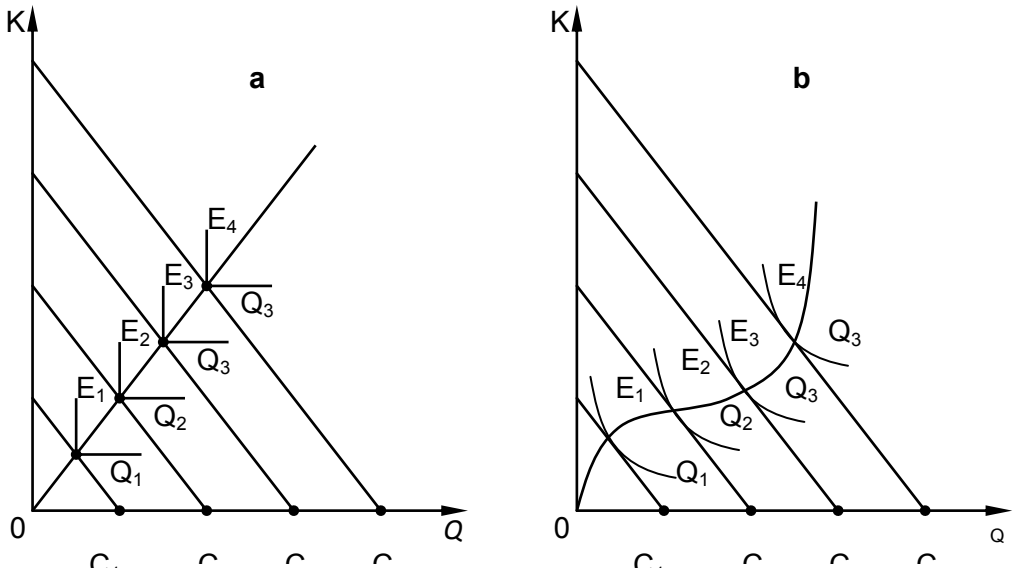


Figura 6.7. Calea de expansiune a firmei

a firmei este o dreaptă, întrucât

schimbarea de scară a acesteia se produce fără substituire de factori (în Figura 6.7 a). În această situaţie, producătorul alege scara activităţii (talia sau mărimea firmei) nu şi proporţia combinaţiei între factori; poate fi, de exemplu, cazul complementarităţii stricte a factorilor de producţie în care substituirea lor este exclusă. Atunci când intervine procesul de substituire a factorilor, ca urmare a modificării raportului dintre productivităţile lor marginale, calea de expansiune poate lua forma unei curbe cu panta pozitivă, dar care evoluează sinuos pe parcursul schimbării de scară sau de talie a firmei, aşa cum se observă din Figura 6.7 b.

În procesul expansiunii firmei, sporurile de producţie înregistrate pot fi diferite în raport cu creşterea dimensiunii factorilor de producţie în care s-a investit. Astfel, sporuri de producţie de mărimi egale (rate egale de creştere a producţiei) presupun cantităţi constante, descrescătoare sau crescătoare din factorii de producţie utilizaţi, după cum randamentele acestor factori sunt constante, crescătoare sau descrescătoare.

Randamentele de scară sunt constante atunci când modificarea dimensiunii factorilor de producţie determină o modificare în aceeaşi proporţie a volumului producţiei; în această situaţie, o dublare a volumului producţiei necesită o dublare şi a cantităţii factorilor utilizaţi.

Randamentele de scară sunt crescătoare dacă creşterea factorilor de producţie determină o creştere într-o proporţie superioară a volumului producţiei; în acest caz, dublarea nivelului producţiei necesită creşterea într-o proporţie mai redusă a factorilor de producţie. Invers, în cazul randamentelor descrescătoare, volumul producţiei creşte într-o proporţie mai redusă decât creşterea factorilor utilizaţi;

Exemplu : În cazul randamentelor descrescătoare, o dublare a volumului producţiei implică o creştere mai mare (mai mult decât dublu) a cantităţii factorilor de producţie utilizaţi.

. De reţinut faptul că, randamentele de scară descrescătoare reprezintă o problemă diferită de ipoteza randamentelor marginale descrescânde pe termen scurt. După cum se cunoaşte, legea randamentelor descrescătoare arată că sporurile de producţie ale intrărilor din factorul variabil (tehnologia şi capacitatea de producţie rămânând nemodificate) se vor diminua în cele din urmă. Pe termen lung, când toţi factorii de producţie sunt variabili, este posibil ca randamentele în scădere să nu se producă atâta timp cât firma poate ajusta intrările din toţi factorii utilizaţi.

În consecinţă, randamentele de scară reprezintă o problemă distinctă de ipoteza randamentelor (sau productivităţii) marginale descrescânde. Cheia înţelegerii lor se referă la distincţia între termenul scurt şi termenul lung în analiza comportamentului producătorului.

Legea randamentelor de scară se referă la scara de activitate sau dimensiunea firmei şi relevă efectele creşterii simultane a factorilor producţiei. Importanţa ei constă în faptul că, în cazul randamentelor crescătoare se produc economii de scară (de creştere, de dimensiune). Creşterea dimensiunii firmei poate spori profitabilitatea acesteia ca urmare a economiiilor realizate în procesele de aprovizionare, desfacere, transport, a economiilor tehnologice, de marketing, de publicitate etc. Dimpotrivă, extinderea dimensiunii firmei este limitată în condiţiile unor randamente de scară descrescătoare, care conduc la creşteri de costuri şi pierderi de eficienţă – aşa-numitele dezeconomii de scară. Se explică, astfel, cauza faptului că într-o serie de domenii de activitate unde posibilităţile realizării economiilor de scară sunt în general limitate, predomină firmele mici şi mijlocii.

Rezultă că există o dimensiune optimă a firmei, care poate fi o întreprindere mică, mijlocie sau mare. **Dimensiunea optimă a firmei** poate fi considerată acea mărime care se adaptează cel mai bine la realizarea scopului său, astfel încât să-i asigure stabilitate şi un grad normal de profitabilitate pe o perioadă cât mai îndelungată de timp. Potrivit definiţiei echilibrului producătorului, dimensiunea firmei este optimă când realizează un anumit volum al producţiei cu cele mai mici costuri.

Să ne reamintim...

Trebuie avută în vedere diferenţa dintre legea randamentelor marginale descrescătoare, când un singur factor de producţie este variabil şi randamentele de scară, când toţi factorii cresc în aceaşi proporţie - de n ori)

Randamentele de scară pot fi constante, crescătoare sau descrescătoare.

Potrivit definiţiei echilibrului producătorului, dimensiunea firmei este optimă atunci când se realizează un anumit volum al producţiei cu cele mai mici costuri.

Explicaţi care este diferenţa dintre legea randamentelor marginale descrescătoare şi randamentele de scară.

.....

.....

.....

03:15

Rezumat

- Factorii de producţie sunt o submulţime a resurselor respectiv, acea parte a resurselor atrase într-o activitate de producţie.
- Eficienţa cu care sunt utilizaţi factorii de producţie este exprimată cu ajutorul productivităţii, care poate fi globală (eficienţa tuturor factorilor de producţie – munca, natura şi capitalul) sau parţială(a unui singur factor de producţie – de exemplu productivitatea muncii).
- Trebuie evitată confuzia între producţie(cantitatea produsă - ex.:Q=30 bucăţi) şi productivitate care, ca orice formă de eficienţa se raportează atât la efort cât şi la efect(ex.: WL=3bucaţi/salariat).
- Funcţia de producţie care arată legătura dintre intrările şi ieşirile dintr-un proces de producţie, reflectă legătura dintre evoluţia producţiei totale şi evoluţia productivităţii marginale(producţia totală se obţine însumând Wmg) .
- Trebuie avută în vedere diferenţa dintre legea randamentelor marginale descrescătoare, când un singur factor de producţie este variabil şi randamentele de scară, când toţi factorii cresc în aceaşi proporţie - de n ori).
- Scopul oricărui producător îl reprezintă maximizarea profitului şi minimizarea costurilor. Atingerea acestui obiectiv reprezintă echilibrul producătorului care este atins atunci când raportul dintre productivităţile marginale ale factorilor de producţie (munca şi capitalul) este egal cu raportul preţurilor factorilor de producţie în codiţiile cheltuirii integrale a bugetului disponibil.
  Grafic, echilibrul este atins atunci când izocuanta este tangentă la izocost.
  Pe termen lung, când toţi factorii sunt variabili, echilibrul este dinamic, putând fi atins fie prin minimizarea costurilor pentru o producţie stabilită, fie prin maximizarea producţiei atunci când se dispune de un anumit buget, prestabilit.

Test de evaluare a cunoştinţelor

03:30

Timp necesar: 20 de minute

1. Stabiliţi dacă raportul dintre resurse şi factorii de producţie este subunitar sau supraunitar.
2. Interpretaţi semnificaţia următoarei afirmaţii: „La un moment dat, într-o croitorie, Rms a muncii prin capital este0,5”.
3. Explicaţi relaţia dintre evoluţia Wmg şi evoluţia producţiei totale, cu ajutorul reprezentării grafice a funcţiei de producţie pe termen scurt.
4. Care sunt criteriile în funcţie de care este împărţit capitalul tehnic în fix şi circulant ?
5. Există vreo diferenţă între producţie şi productivitate?

Test de autoevaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 15 de minute

1. Pentru o firmă nu constituie capital fix:
a) clădirile secţiilor de producţie;
b) calculatoarele utilizate;
c) clădirile administrative;
d) propiile mijloace de transport;
e) suprafaţa de teren pe care este amplasată firma.

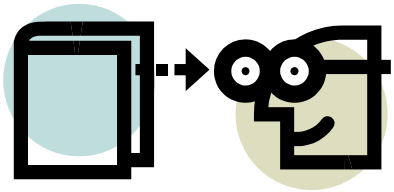
2. Dacă se alocă o unitate suplimentară dintr-un factor de producţie în zona descrescătoare a randamentelor, aceasta conduce la:
a) creşterea producţiei totale;
b) descreşterea producţiei totale.

3. În cazul unui randament crescător al factorilor de producţie, dublarea volumului producţiei presupune:
a) o creştere proporţională a consumului de factori de producţie;
b) o reducere a cantităţii de factori de producţie utilizaţi;
c) o creştere mai puţin decât proporţională a consumului de factori de producţie.

4. Dacă productivitatea marginală este zero, atunci:
a) producţia totală creşte cu o rată descrescătoare;
b) producţia totală scade;
c) producţia totală este maximă.

5. Izocuanta reprezintă:
a) combinaţii posibile a doi factori de producţie, egale în costul total;
b) combinaţii posibile a doi factori de producţie care permit obţinerea aceluiaşi volum al producţiei;
c) volumul producţiei ce poate fi obţinut cu un volum dat de resurse.

Răspunsuri: 1. e; 2. a; 3. c; 4.c; 5. b.



Bibliografie

1. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Economie, Ediţia a VIII-a, Editura Economica, Bucureşti, 2009
2. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Dicţionar de Economie, Ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 2003
3. Dudian Monica, coordonator – Economie, Editura C. H. Beck, Bucureşti, 2006
4. Frois G.A. - Economie politică, Editura Humanitas, Bucureşti, 1994
5. Housman D. - Filosofia ştiinţei economice. Antologie, Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
6. Lipsey R., Chrystal A. - Economia pozitivă, Editura Economică, Bucureşti, 1999
7. Manea G. Iliescu E.M. - Microeconomie, Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 2006
8. Popescu C., Ciucur D., Gavrilă I., Popescu Ghe. - Teorie economică generală. Vol. I. Microeconomie , Ediţia a doua, Editura ASE, Bucureşti, 2008
9. Stiglitz J.,. Walsh C. – Economie, Editura Economică, Bucureşti, 2005
10. Varian Hal - Intermediate microeconomics, a modern approach, W.W. Norton, USA, 2006

TEMA DE CONTROL NR. 1

1. Explicaţi relaţia dintre evoluţia Wmg şi evoluţia producţiei totale, cu ajutorul reprezentării grafice a funcţiei de producţie pe termen scurt.
2. Enunţaţi problema fundamentală a economiei şi definiţi costul de oportunitate.
3. Explicaţi şi exemplificaţi utilitatea cunoaşterii tipului de elasticitate a cererii.
4. Definiţi bunurile Giffen. Exemplificaţi.
5. Prezentaţi pe scurt cele două sisteme economice prin care se poate manifesta economia de schimb.

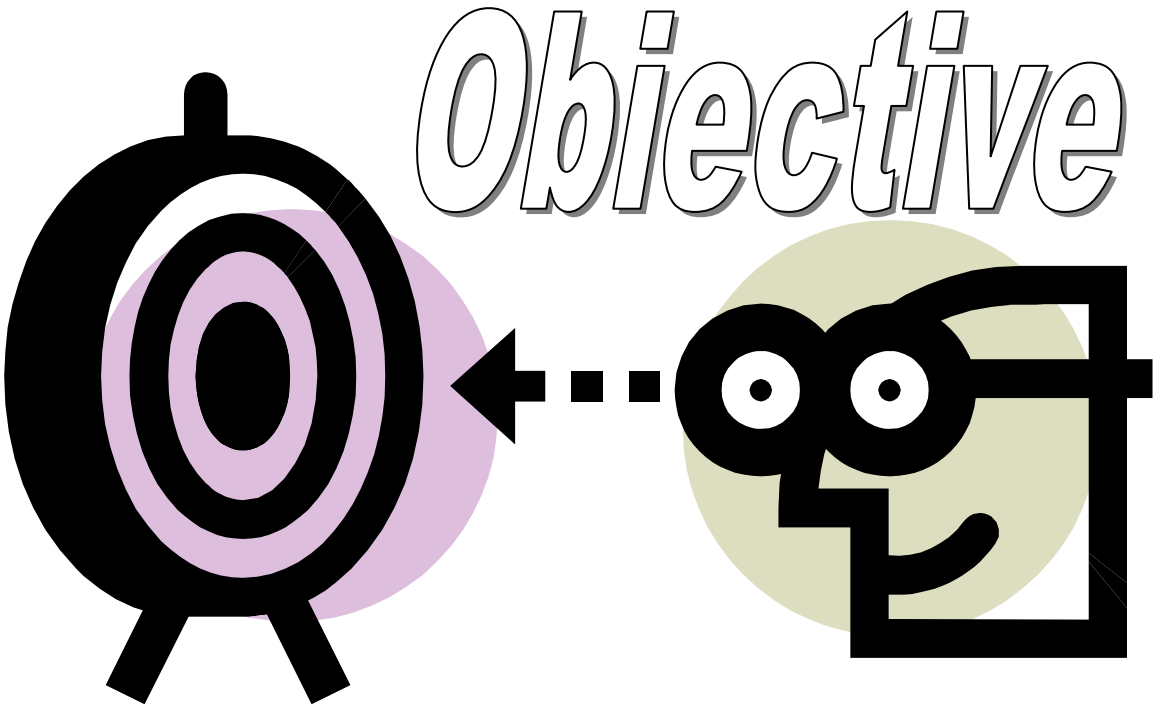
Unitatea de învăţare 7. Comportamentul producătorului. Costul şi oferta

Cuprins

7.1. Costul de producţie

7.2. Pragul de rentabilitate şi determinarea ofertei producătorului

7.3. Oferta. Elasticitatea ofertei



- Cunoaşterea principalelor categorii de costuri şi a evoluţiei lor, pe termen scurt şi pe termen lung, în raport cu producţia;
- Înţelegerea relaţiei costuri-randamente factoriale;
- Interpretarea corectă a extinderii şi contracţiei ofertei (mişcări de-a lungul curbei ofertei) şi a modificării ofertei (deplasări ale curbei ofertei);
- Explicarea elasticităţii ofertei şi a factorilor care o determină.

7.1 Costul de producţie

00:00

Producţia de bunuri materiale şi servicii presupune, după cum se ştie, intrări sau consum de factori de producţie. Întrucât consumul de factori este alcătuit din elemente eterogene, el poate fi măsurat numai în expresie monetară. **Costul de producţie** reprezintă expresia monetara a consumului de factori de producţie sau, totalitatea cheltuielilor (plăţilor) suportate de către firmă cu producerea şi desfacerea produselor sale. Costul de producţie ocupă un loc central în opţiunile sau deciziile pe care le iau producătorii. Aşa cum s-a vazut din definirea

Timp necesar: 210 minute

După parcurgerea unităţii veţi fi în măsură să răspundeţi la întrebările:

- **Ce sunt costurile de producţie şi care este tipologia acestora?**
- **Care este legătura dintre evoluţia costurilor şi cea a productivităţii?**
- **Cum interpretaţi pragul de rentabilitate**
- **Ce este oferta?**
- **Care sunt condiţiile ofertei?**
- **La ce se referă legea ofertei?**

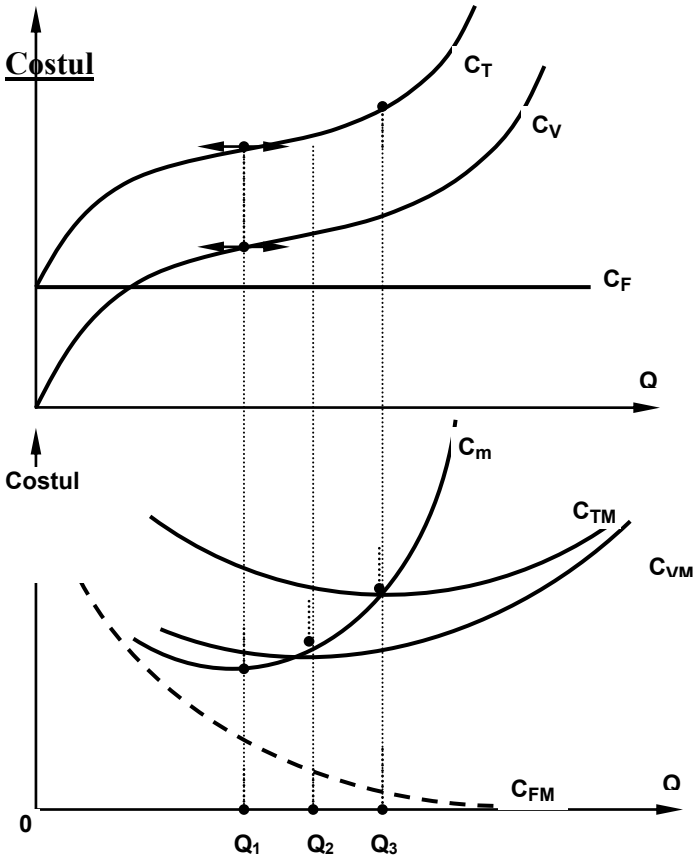


Figura 7. 1 Curbele costurilor pe temen scurt

echilibrului producătorului, firma caută să ajusteze intrările de factori astfel încât fie să maximizeze producţia la un cost dat, fie să minimizeze costul pentru un nivel determinat al producţiei. Pentru firmă problema este să asocieze preţului Lde vânzare al bunului produs o ofertă al cărui cost să-i permită obţinerea unui profit cât mai mare. Aceasta arată că funcţia de ofertă se construieşte pornind de la anumite ipoteze care au ca bază analiza costului de producţie.

Pe termen scurt costurile de producţie pot fi clasificate în costuri globale şi costuri medii sau pe unitatea de produs. Mai există şi costul marginal, un concept fundamental în analiza teoriei producătorului şi a ofertei.

Costul global (sau costurile globale) sunt chetuielile aferente unei anumite producţii (omogene sau eterogene). Distingem trei categorii de costuri globale: costul fix, costul variabil şi costul total.

Costul fix (C_F) reprezintă toate acele cheltuieli care sunt independente de volumul producţiei. Acestea sunt costuri care sunt suportate de firmă, indiferent dacă şi cât produce; mai sunt denumite şi costuri de regie, indirecte sau costuri "inevitabile". Grafic, costurile fixe (C_F) sunt reprezentate de o dreaptă paralelă axei producţiei (vezi Figura.7.1).

Costul variabil (C_V) reprezintă acele cheltuieli a căror mărime se modifică în acelasi timp şi sens cu modificarea volumului producţiei. Unele din aceste cheltuieli se pot modifica strict proporţional cu volumul producţiei (de exemplu, costurile cu materii prime unde consumurile specifice din reţetele de fabricaţie trebuie strict respectate), iar alte costuri se pot modifica în proporţii diferite în raport de variaţia volumului producţiei.

Exemple : Din categoria costurilor fixe fac parte: amortizarea capitalului fix, chiriile şi impozitele pe teren şi clădiri, dobânzile la împrumuturile contractate, primele de asigurare, cheltuielile de întreţinere a firmei (încălzit, iluminat, pază) etc.

În cheltuielile variabile sunt incluse: cheltuieli cu materii prime şi materiale, energie şi combustibili tehnologici, salariile plătite muncitorilor etc.

Privite în ansamblu, ele sunt costuri variabile (li se mai spun costuri directe sau "costuri care pot fi evitate") fiind funcţie crescătoare de volumul producţiei:

$$C_V = f(Q).$$

În reprezentarea grafică din Figura 7.1, punctul de plecare al curbei C_V îl reprezintă originea (o producţie zero nu ocazionează consumul de factori varibili), ea fiind înclinată pozitiv pe tot traseul, dar ritmul de creştere este diferit: într-o primă fază, când producţia creşte mai amplu decât consumul factorilor variabili, costul variabil creşte cu sporuri descrescânde (curba Cv este concavă), după care evoluează cu sporuri crescătoare (curba Cv devine convexă).

Costul total sau costurile totale **(C_T)** reprezintă suma costurilor fixe şi a costurilor variabile:

$$C_T = C_F + C_V.$$

Ca şi costurile variabile, costurile totale sunt dependente de volumul producţiei. Variaţiile costului total reproduc, astfel, variaţiile costului variabil. Din acest motiv curba C_T are alura curbei C_V, fiind însă pozitionată deasupra acesteia din urmă, cu o mărime egală cu cea a costului fix.

Costurile medii sau costurile unitare sunt costurile globale (C_F, C_V şi C_T) raportate la volumul producţiei; potrivit celor trei categorii de costuri globale vom avea exact trei categorii de costuri medii: costul fix mediu, costul variabil mediu şi costul total mediu.

Costul fix mediu (C_{FM}) sau costul fix pe unitatea de produs rezultă din împărţirea costurilor fixe globale la numărul de unităţi produse:

$$C_{FM} = \frac{C_F}{Q}.$$

Reprezentată grafic în Figura 7.1, curba C_{FM} este continuu descrescătoare în raport cu producţia, având ca asimptote cele două axe.

Costul variabil mediu (C_{VM}) sau costul variabil pe unitatea de produs este egal cu raportul dintre costurile variabile globale şi volumul producţiei:

$$C_{VM} = \frac{C_V}{Q}$$

În grafic curba C_{VM} are forma literei "U", ceea ce evidenţiază faptul că el poate fi corelat pozitiv sau negativ cu producţia. Astfel, atât timp cât C_V cresc mai încet decât creşte producţia, C_{VM} este descrescător până atinge un punct minim, după care devine crescător atunci când C_V cresc mai repede decât producţia.

la numărul de unităţi produse ($C_{TM} = \frac{C_T}{Q}$) sau suma costului fix mediu şi a costului variabil mediu ($C_{TM} = C_{FM} + C_{VM}$). Curba C_{TM} este tot sub forma literei "U" asemănătoare celei a C_{VM}, cu deosebirea că este poziţionată deasupra acesteia, întrucât C_{TM} cuprinde în plus şi C_{FM}.

Costul marginal (C_m) reprezintă sporul sau suplimentul de cost necesar pentru producerea unei unităţi suplimentare dintr-un anumit produs. Se determină prin raportarea variaţiei costului total la variaţia producţiei:

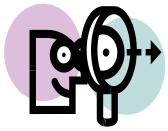
$$C_m = \frac{\Delta C}{\Delta Q}$$

Întrucât costurile fixe prin definiţie nu variază cu producţia, costul marginal este independent de C_F (costul fix marginal este zero). În schimb, costul variabil marginal este întotdeauna pozitiv, indicând că orice creştere a producţiei va necesita un cost adiţional. Acest supliment de cost la fiecare unitate adiţională de produs poate să scadă sau să crească pe măsură ce producţia creşte. De aceea, curba Cm este reprezentată în graficul din Figura 6.1 tot sub forma literei "U" şi are la bază evoluţia randamentelor factoriale pe termen scurt.

Costul marginal poate fi mai mare sau mai mic decât costul mediu (C_{TM}) iar uneori poate diferi semnificativ de acesta din urmă. El este însă unul din conceptele fundamentale în

teoria producătorului, evoluţiile costului marginal fiind cele care călăuzesc deciziile firmei referitoare la volumul producţiei şi ofertei sale.

Este important, însă, să nu confundăm conceptul de cost marginal cu cel de cost mediu; matematic, costul total mediu este costul total împărţit la producţie ($C_{TM} = \frac{C_T}{Q}$); în timp ce costul marginal este prima derivată a costului total în funcţie de producţie ($C_m = \frac{dC_T}{dQ}$).



Să ne reamintim...

Distingem trei categorii de costuri globale: costul fix (independent de Q), costul variabil(evoluează în acelaşi sens cu producţia, dar nu neapărat direct proporţional) şi costul total(suma celor două).

Potrivit acestor trei categorii de costuri globale vom avea şi trei categorii de costuri medii (pe unitatea de produs): costul fix mediu, costul variabil mediu şi costul total mediu.

Costul marginal reprezintă sporul sau suplimentul de cost necesar pentru producerea unei unităţi suplimentare dintr-un anumit produs.

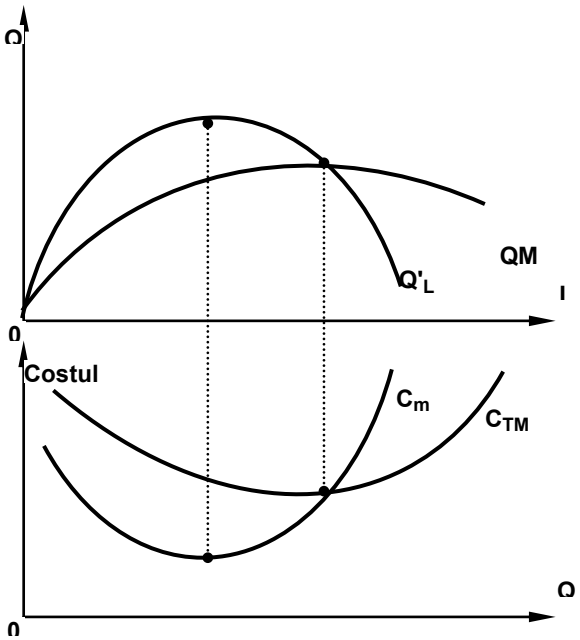


Figura 7. 2 Relaţia costuri-randamente

În graficele din Figura 7.1 este ilustrată întreaga familie de curbe ale costurilor pe termen scurt. Ele arată cum variază costul în raport cu producţia pentru o mărime dată a capacităţii de producţie a firmei (a factorului fix), şi anume:

a) pentru nivelurile producţiei pentru care costul marginal este mai redus decât costul mediu, sporurile de producţie contribuie la diminuarea costului mediu; invers, când costul marginal este mai mare decât costul mediu, orice creştere a producţiei duce la creşterea costului mediu;

b) dacă enunţurile de la punctul precedent sunt corecte, atunci curba C_m trebuie să treacă prin minimul costului mediu. Curba Cm intersectează mai întâi curba C_{VM} şi apoi a C_{TM}; minimul C_{TM} este situat deasupra şi la dreapta minimului C_{VM};

c) deoarece C_{FM} se diminuează odată cu sporirea volumului producţiei, creşterea C_{TM} este mai târzie decât creşterea C_{VM}. Acelaşi lucru explică de ce creşterea C_{TM} este mai puţin intensă decât creşterea C_{VM};

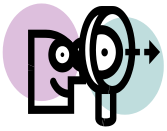
d) nivelul producţiei care corespunde minimului costului mediu (Q_3 din Figura 7.1) este adesea numit capacitatea de producţie a firmei. Aşa cum se vede şi din reprezentarea grafică,

firma poate produce peste acest nivel (mai mult decât Q_3). O firmă care va produce peste capacitatea actuală va opera însă la costuri pe unitatea de produs mai mari decât minimul pe care îl poate obţine pe termen scurt.

Evoluţia costului marginal şi implicit a costului mediu (C_{VM} şi C_{TM}) depinde de evoluţia randamentelor factoriale. Analiza evoluţiei costurilor şi randamentelor factoriale arată că la randamente factoriale crescătoare le corespund costuri marginale şi medii descrescătoare, şi invers, la randamente factoriale descrescătoare le corespund costuri marginale şi medii crescătoare. Relaţia inversă dintre costuri şi randamente factoriale este ilustrată foarte sugestiv prin graficele din Figura 7.2, unde cele două categorii de variabile sunt reprezentate ca şi când s-ar privi în oglindă.

Din analiza relaţiei dintre costuri şi randamentele factoriale, teoria producătorului reţine îndeosebi ipoteza sau legea creşterii costurilor. Această lege reflectă faptul că pentru o anumită capacitate de producţie (pentru o cantitate dată din factorii ficşi), mai devreme sau mai târziu costul marginal şi costul total mediu vor creşte.Ea derivă din legea randamentelor descrescătoare (sau legea productivităţii marginale descrescânde) şi reflectă comportamentul costului de producţie pe temen scurt.

Pe termen lung, când firma poate ajusta toate intrările de factori de producţie, tendinţa de creştere a costurilor poate fi amânată sau să nu se producă.



Să ne reamintim...

Exista o relaţie inversă între evoluţia costurilor şi cea a productivităţii. Asfel, randamentelor factoriale crescătoare le corespund costuri marginale şi medii descrescătoare, şi invers, la randamentelor factoriale descrescătoare le corespund costuri marginale şi medii crescătoare.

Legea creşterii costurilor reflectă faptul că pentru o anumită capacitate de producţie (pentru o cantitate dată din factorii ficşi), mai devreme sau mai târziu costul marginal şi costul total mediu vor creşte.

01:30

7.2 Pragul de rentabilitate şi oferta producătorului

Volumul producţiei de la care producătorul începe să obţină profit este denumit pragul de rentabilitate (punctul critic) al firmei. La acest nivel al activităţii profitul firmei este nul (Pr = 0) ceea ce înseamă că pragul său de rentabilitate este dat de egalitatea dintre încasările sau veniturile totale ($V_T = Q \cdot P$) şi costurile totale ($C_T = Q \cdot C_{TM}$).

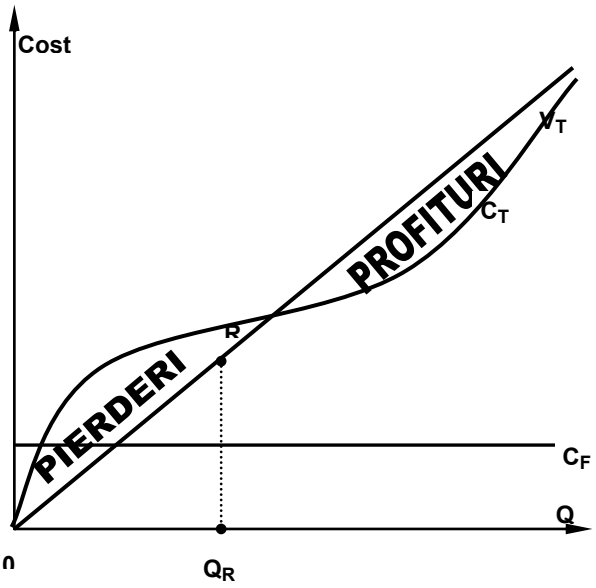


Figura 7. 3 Pragul de rentabilitate

$$V_T = C_T,$$

$$Q \cdot P = Q \cdot C_{TM} \qquad \text{sau} \qquad P = C_{TM}.$$

În reprezentarea grafică din figura 7.3, pragul de rentabilitate este determinat la intersecţia dintre curba costului total (C_T) şi curba încasărilor totale (V_T). Acest punct de intersectie (R) între cele două curbe corespunde nivelului de producţie (Q_R) de la care firma devine profitabilă, pragul ei de rentabilitate. Dacă $Q > Q_R$, întreprinderea obţine profit (la dreapta punctului critic graficul indică zona de profitabilitate), iar dacă $Q < Q_R$, firma înregistrează pierderi (zona din stânga punctului critic).

Pragul de rentabilitate sau punctul critic al firmei poate fi determinat prin egalarea cu zero a funcţiei profitului:

$$Pr = Q \cdot P - Q \cdot C_{TM} = Q(P - C_{TM}) - C_F = 0,$$

de unde rezultă: $$Q_R = \frac{C_F}{P - C_{VM}}$$

Exemplu : dacă o firmă care produce cămăşi are C_F de 40.000.000 lei, C_{VM} de 55.000 lei, iar preţul de vânzare al unei cămaşi este de 80.000 lei, atunci pragul său de rentabilitate este:

$$Q_R = \frac{40.000.000}{80.000 - 55.000} = 1.600 \text{ cămăşi}$$

Pragul de rentabilitate al firmei reprezintă un concept important în teoria producătorului pe termen scurt. La întreprinderile mari şi foarte mari, cu o pondere mare a costurilor fixe (rezultat al investiţiilor importante făcute în capacităţile lor de producţie), pragul de rentabilitate este în mod inerent ridicat.

În această situatie şi gradul de risc ca o firmă să intre în zona pierderilor este mare, dacă aceasta este constrânsă să-şi reducă producţia datorită scăderii volumului vânzărilor pe piaţă.

Rezultă, aşadar, că o firmă este profitabilă dacă ar funcţiona la un nivel al producţiei superior pragului de rentabilitate. Ea nu poate însă să-şi extindă oricât nivelul producţiei prin ajustarea intrărilor din factori variabili, întrucât se confruntă cu o tendinţă de creştere a costurilor de producţie, ca efect al legii randamentelor descrescătoare. După cum se observă şi din Figura 6.3, pe termen scurt zona de profitabilitate se restrânge treptat pe măsură ce panta curbei C_t creşte iar firma poate intra din nou în pierdere. De aceea este important ca firma să cunoască nivelul optim al producţiei şi ofertei la care să opereze.

Determinarea ofertei producătorului pune problema cunoaşterii nivelului de producţie care permite maximizarea profitului firmei, deci, nu doar a pragului de rentabilitate.

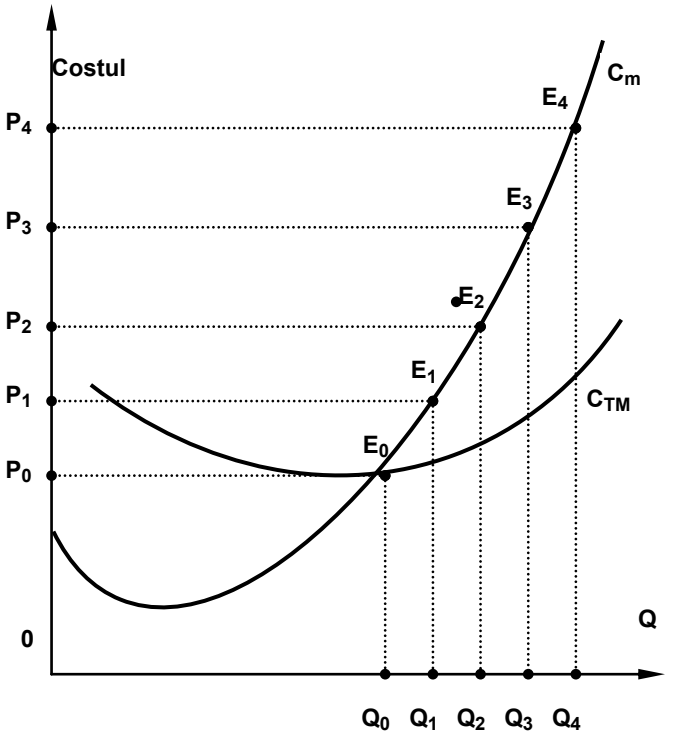
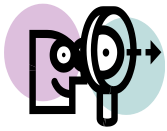


Figura 7. 4 Oferta producătorului

O firmă perfect competitivă îşi va extinde, de regulă, volumul producţiei şi al ofertei până la acel nivel la care încasarea sau venitul marginal (V_m) este egal cu costul marginal ($V_m = C_m$). Această egalitate defineşte profitul maxim al producătorului. Întrucât pentru o firmă care operează pe o piaţă perfect concurenţială venitul marginal este egal cu preţul de vânzare, condiţia de maximizare a profitului devine $C_m = P$.

Graficul din Figura 7.4 ilustrează raţionamentul formulat. Curba C_{TM} este intersectată în punctul său minim de curba C_m. Întrucât preţul pieţei este independent de volumul producţiei este reprezentat în grafic de o dreaptă paralelă cu axa cantităţilor, corespunzător nivelului de preţ determinat de piaţă. Volumul producţiei corespunzator profitului maxim este dat de punctul de intersecţie (E) al curbei C_m cu linia preţului. Extinderea nivelului producţiei dincolo de acest punct va diminua profitul firmei, întrucât producerea oricărei unităţi suplimentare va costa mai mult decât venitul încasat ($C_m > P$).

Pe baza ipotezelor formulate este construită funcţia de ofertă a producătorului. Cantitatea produsă şi oferită de o firmă depinde de condiţiile sale de producţie (reflectate de evoluţia curbelor C_{TM} şi C_m) şi de preţul de vânzare a produsului. Volumul ofertei care permite maximizarea profitului va fi diferit pentru niveluri diferite de preţ (P_1,P_2,P_3,P_4), reacţia producătorului la variaţiile preţului fiind în relaţie directă cu evoluţia curbei Cm (de fapt, cu acea porţiune crescătoare a curbei Cm situată deasupra minimului C_{TM}). În consecinţă, oferta producătorului este o funcţie crescătoare de preţ: $Q = f(P)$, unde $f > 0$.



Să ne reamintim...

Volumul producţiei de la care producătorul începe să obţină profit este denumit pragul de rentabilitate (punctul critic) al firmei. La acest nivel al activităţii profitul firmei este zero (Pr = 0) ceea ce înseamă că veniturile totale sunt egale cu cheltuielile totale.

02:00

7.3 Oferta. Elasticitatea ofertei

Cantitatea totală dintr-un anumit bun pe care un producător doreşte şi poate să o vândă într-o perioadă determinată de timp, la un anumit nivel al preţului, reprezintă oferta individuală.

Dacă pe piaţa unui produs se însumează cantităţile oferite, la acelaşi nivel al preţului, de către toţi producătorii într-o anumită perioadă de timp, rezultă oferta pieţei.

Oferta de piaţă reprezintă relaţia dintre cantitatea oferită şi preţul de vânzare, care poate fi exprimată fie prin cantitatea maximă dintr-un anumit bun pe piaţă pe care producătorii doresc să o vândă la un anumit preţ în perioada respectivă, fie prin preţul minim solicitat de producători pentru vânzarea unei cantităţi date dintr-un anumit bun pe piaţă.

Dacă pentru cumpărători preţul reprezintă cheltuieli sau plăţi, pentru producătorul-vânzător el reprezintă venit, încasări. Ca urmare, oferta este funcţie crescătoare de preţ, iar curba ofertei înclinată pozitiv.

Exemplu:

Pentru a ilustra grafic curba ofertei, vom lua ca exemplu acelaşi bun economic destinat vânzării pe piaţă – benzina - în care presupunem că între preţ şi cantitatea oferită există relaţiile specificate în Tab. 7.1.

Tabelul 7.1 Extinderea şi contracţia ofertei

Preţul [lei/litru]	Cantitatea oferită [mil. litri]
30 000	600
25 000	500
20 000	400
15 000	300
10 000	200
5 000	100

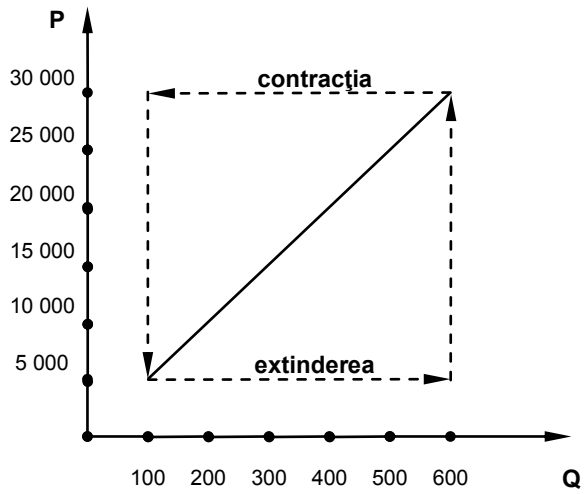


Figura 7.6 Extinderea şi contracţia ofertei

După cum rezultă din graficul prezentat în Figura 7.6, curba ofertei este înclinată pozitiv (crescătoare), ceea ce semnifică faptul că pentru a atrage resurse suplimentare în vederea producerii şi livrării unor cantităţi sporite din bunul respectiv trebuie să se ofere preţuri progresive mai mari. Altfel, resursele limitate se vor îndrepta spre utilizări cu şanse de câştig mai ridicate.

Modificarea preţului pe piaţa unui bun determină extinderea sau contracţia ofertei; dacă preţul creşte, oferta se va extinde, adică va creşte şi cantitatea oferită, iar dacă preţul se va reduce, se reduce şi cantitatea oferită din bunul respectiv pe piaţă.

Legătura dintre modificarea preţului şi cantitatea oferită constituie **continutul legii generale a ofertei**. Potrivit acestei legi, creşterea preţului determină creşterea cantităţii oferite şi invers, reducerea preţului determină reducerea cantităţii oferite. Între evoluţia preţului şi cantitatea oferită există, deci, o relaţie directă sau pozitivă. În această analiză acceptăm însă clauza caeteris paribus, respectiv faptul că toate celelalte condiţii care influenţează cantitatea oferită dintr-un anumit bun pe piaţa sunt date.

Într-o anumită perioadă de timp **modificarea ofertei** (creştere sau reducere) este determinată de o serie de factori, care se mai numesc şi **condiţiile ofertei**. Printre acestea, mai importante sunt: costul de producţie; numărul de firme care produc bunul respectiv; preţul altor produse, care pot intra în concurenţă cu bunul respectiv; taxele şi subvenţiile; condiţiile naturale, în agricultură mai ales; previziuniile producătorilor privind evoluţia preţului bunului respectiv etc.

Acţiunea conjugată a acestor factori poate determina fie creşterea ofertei, deplasând curba ofertei în jos şi la dreapta (vezi Figura 7.7 a.), fie reducerea ofertei, deplasând curba ofertei în sus şi la stânga (Figura 7.7 b.)

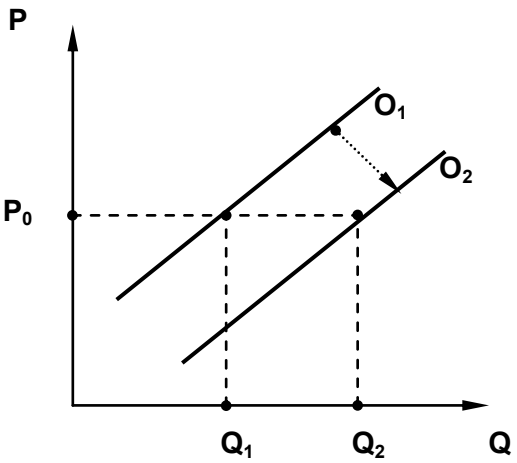


Figura 7.7 a. Cresterea ofertei

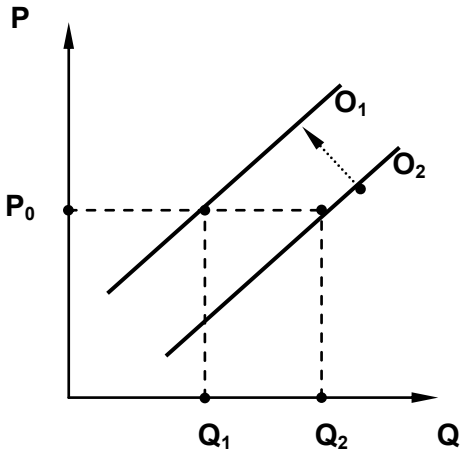
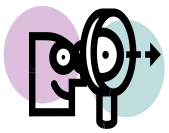


Figura 7.7 b. Reducerea ofertei

Costul de producţie reprezintă cel mai important factor care determină modificarea ofertei. Dacă celalalte condiţii ale ofertei sunt date, cantitatea oferită pe piaţă dintr-un anumit bun economic este limitată de costurile de producţie. Între modificarea producţiei (ofertei) şi modificarea costului de producţie există o relaţie negativă inversă; reducerea costului de producţie poate conduce la creşterea ofertei şi invers.



Să ne reamintim...

Legea generală a ofertei reflectă legătura directă dintre modificarea preţului şi cantitatea oferită. Modificarea preţului determină extinderea/contracţia ofertei, în timp ce, modificarea condiţiilor ofertei (costul de producţie, numărul de firme care produc bunul respectiv, preţul altor produse concurente cu acesta, taxele şi subvenţiile, previziuniile producătorilor privind evoluţia preţului bunului respectiv etc.) , generează creşterea/descreşterea acesteia – în acest caz, preţul rămâne constant.

Reactivitatea ofertei la variaţia preţului reprezintă **elasticitatea ofertei la preţ**, care reflecta modificarea cantităţii livrate (extindere sau contracţie) la modificarea preţului de vânzare. Ea se măsoară cu ajutorul **coeficientului de elasticitate a ofertei la preţ;** este raportul dintre modificarea procentuală a cantităţii livrate dintr-o anumită marfă şi modificarea procentuală a preţului de vânzare a acestei mărfi pe piaţă, resprectiv:

$$E_{op} = \frac{\Delta\%Q}{\Delta\%P} = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot 100 : \frac{\Delta P}{P} \cdot 100$$

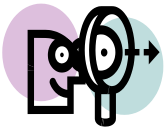
În funcţie de gradul de elasticitate a ofertei la preţ, formele acesteia sunt:

- **Oferta elastică**, când modificarea procentuală a cantităţii livrate este mai mare decât modificarea procentuală a preţului, respectiv când $E_{op} > 1$;
- **Oferta inelastică**, când modificarea procentuală a cantităţii vândute este mai mică decât modificarea procentuală a preţului, respectiv $E_{op} < 1$;

- **Oferta cu elasticitate unitară**, când modificarea procentuală a cantităţii oferite este egală cu modificarea procentuală a preţului, respectiv $E_{op} = 1$;
- **Oferta perfect elastică**, care presupune că la un preţ dat cantitatea oferită să crească la infinit, $E_{op} \Rightarrow \infty$;
- **Oferta perfect inelastică**, care presupune că la orice modificare a preţului cantitatea oferită nu se modifică, respectiv $E_{op} = 0$;

Ultimele două forme ale ofertei reprezintă cazurile extreme; în realitate, oferta nefiind nici perfect elastică, nici prefect inelastică; ele sunt însă concepte teoretice necesare analizei economice.

Ca şi în cazul elasticităţii cererii la preţ, elasticitatea ofertei la preţ prezintă un mare interes pentru opţiunile agentilor economici, întrucât modificarea veniturilor sau încasărilor totale la variaţia preţului în funcţie de elasticitatea cererii depinde, în ultimă instanţă, de posibilităţile de adaptare a ofertei la această evoluţie.



Să ne reamintim...

Reactivitatea ofertei la variaţia preţului reprezintă elasticitatea ofertei la preţ şi se caculează cu ajutorul coeficientului de elasticitate a ofertei la preţ (raportul dintre modificarea procentuală a cantităţii livrate dintr-o anumită marfă şi modificarea procentuală a preţului de vânzare a acestei mărfi pe piaţă).

Elasticitatea ofertei la preţ este determinată de o serie de împrejurări sau factori, cum sunt: posibilităţile de stocare a bunurilor destinate vânzării, costul acestei stocări, perioada de timp de la modificarea preţului etc. Astfel, dacă preţul unui bun se majorează, celelalte condiţii rămânând neschimbate (ceteris paribus), forma elasticităţii ofertei depinde de durata perioadei de timp care a trecut de la modificarea preţului. În acest context, analizele de specialitate se refera la trei peroade de timp şi anume:

- **Perioada pieţei**, care se caracterizează printr-o perioadă foarte scurtă de timp de la modificarea preţului, perioadă în care ofertanţii se găsesc în imposibilitatea modificării ofertei, aceasta fiind foarte rigidă sau chiar perfect inelastică;
- **Perioada scurtă de timp**, în care oferta are de regulă un caracter inelastic. În această perioadă, datorită creşterii preţului ca urmare a creşterii cererii, producătorii au posibilitatea sporirii cantităţilor livrate pe piaţă prin utilizarea unor resurse disponibile pe termen scurt (muncă, materii prime), dar cantitatea oferită pe piaţă creşte într-o proporţie mai mică decât creşterea preţului;

- **Perioada lungă de timp**, în care există posibilitatea unei oferte elastice, respectiv creşterea procentuală a cantităţii oferite este mai mare decât creşterea procentuală a preţului. Această perioadă trebuie să fie suficient de mare pentru ca producătorii să poată spori cantităţile livrate pe piaţă prin lărgirea şi modernizarea capacităţilor de producţie existente sau prin intrarea de noi firme în industria şi pe piaţa produsului, ca urmare a creşterii cererii şi a preţului acestui bun pe piaţă.

03:10

Explicaţi relaţia dintre costuri şi randamente(cost mediu – productivitate medie, cost marginal – productivitate marginală).

.....
.....
.....
.....

Rezumat

- Costurile de producţie exprimă monetar consumul de factori de producţie (a nu se confunda factorii deproducţie consumaţi cu cei utilizaţi) şi se pot analiza global(pe întreaga producţie) sau mediu(pe unitatea de produs).
- Pe termen scurt, costurile fixe(cele care nu depind de volumul producţiei) sunt constante însă, pe termen lung variază şi acestea.
- Pe termen scurt, costurile medii şi cele marginale au traiectoria în formă de U, ceea ce înseamnă că acestea scad atunci când producţia creşte dar, numai până la un moment dat, după care încep să crească.
- Curba costului marginal „trage” după ea curba costului mediu şi o intersectează în punctul de minim, punct în care profitul pe unitatea de produs este maxim.
- Pragul de rentabilitate este un indicator util în analiza releţiei cost – profit întrucât reprezintă acel nivel al producţiei în care profitul este egal cu zero (veniturile totale sunt egale cu cheltuielile totale).
- Oferta este o funcţie crescătoare la preţ, ce reflectă legătura directă dintre evoluţia preţurilor şi evoluţia cantităţii oferite. Acesta este de altfel, conţinutul legii ofertei.

- Trebuie evitate confuziile între ofertă şi cantitatea oferită, dar şi dintre ofertă şi producţie.
- Trebuie făcută diferenţa dintre extinderea/contracţia ofertei şi creşterea/descreşterea acesteia – explicaţia este similară cu cea de la cerere.
- Elasticitatea ofertei arată sensibilitatea cantităţii oferite la modificarea preţului, reactivitate ce creşte pe termen lung.

03:30

Test de evaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 20 de minute

1. Explicaţi legătura dintre evoluţia producţiei şi evoluţia costurilor.
2. Ce reprezintă pragul de rentabilitate şi care este semnificaţia lui pentru activitatea firmei?
3. Enunţaţi legea ofertei.
4. Consideraţi că există diferenţă între ofertă şi producţie?
5. Explicaţi diferenţa dintre extinderea/contracţia ofertei şi creşterea/descreşterea acesteia.
6. Explicaţi de ce elasticitatea ofertei este diferită pe termen scurt şi pe termen lung.

Test de autoevaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 15 de minute

1.În cadrul costului variabil nu sunt incluse cheltuielile cu:

a) materialele;
b) combustibilul;
c) salariile directe;
d) salariile personalului administrativ;
e) enegia.

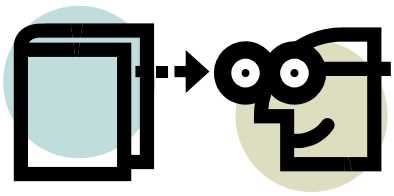
2. Criteriile care stau la baza împărţirii costurilor de producţie în fixe şi variabile sunt:
a) natura activităţii economice;
b) nivelul eficienţei activităţii respective;
c) structura natural –materială a factorilor de producţie utilizţi;
d) relaţia dintre consumul factorilor de producţie şi volumul producţiei.

3. Care dintre următoarele împrejurări determină o creştere a cantităţii oferite pe piaţă, dintr-o anumită marfă:
a) reducerea numărului de firme producătoare;
b) reducere cheltuielilor de transport;
c) creşterea concurenţei;
d) automatizrea producţiei;
e) creşterea preţului unitar.

6. Oferta înregistrează creşteri în următoarele situaţii:
a) introducerea unor tehnologii avansate;
b) creşterea numărului de emigranţi angajaţi;
c) reducerea taxelor;
d) a, b, c;
e) creşterea preţurilor.

7. Atunci când costul marginal este mai mare decât costul mediu, pentru orice creştere a producţiei:
a) costul mediu creşte;
b) costul mediu scade;
c) costul mediu rămâne constant;
d) oricare dintre variante poate fi adevărată.

Răspunsuri: 1. d; 2. d; 3. e; 4. d; 5. a.



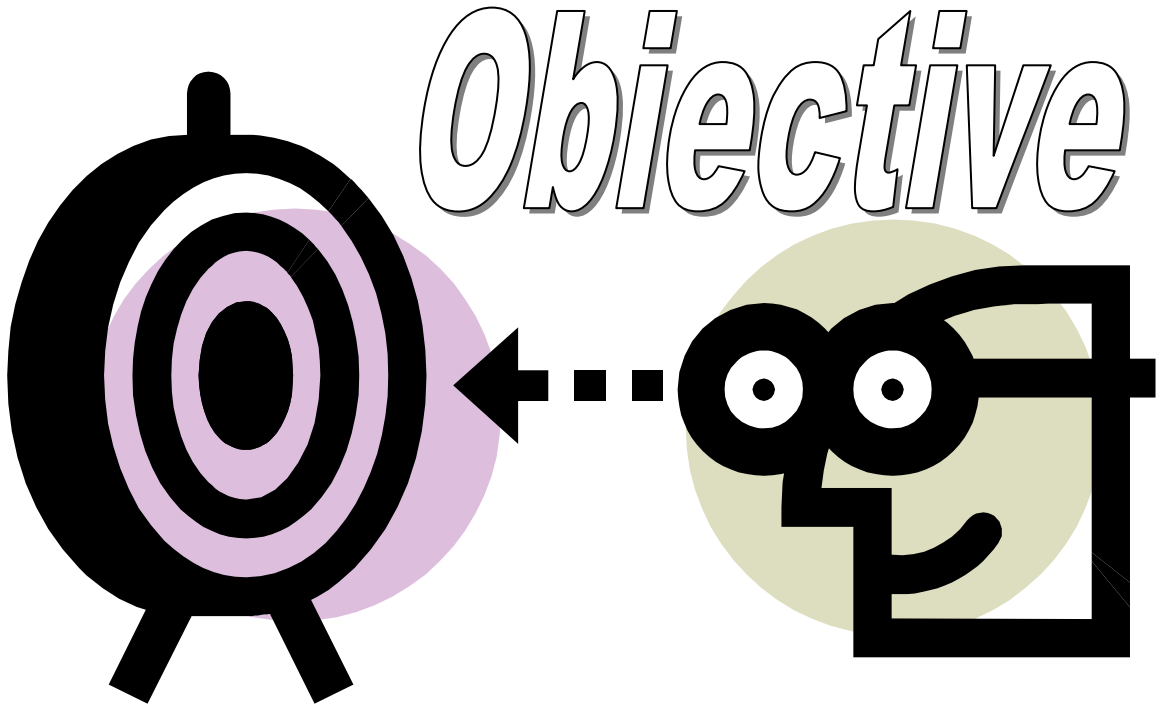
Bibliografie

1. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Economie, Ediţia a VIII-a, Editura Economica, Bucureşti, 2009
2. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Dicţionar de Economie, Ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 2003
3. Dudian Monica, coordonator – Economie, Editura C. H. Beck, Bucureşti, 2006
4. Frois G.A. - Economie politică, Editura Humanitas, Bucureşti, 1994
5. Housman D. - Filosofia ştiinţei economice. Antologie, Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
6. Lipsey R., Chrystal A. - Economia pozitivă, Editura Economică, Bucureşti, 1999
7. Manea G. Iliescu E.M. - Microeconomie, Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 2006
8. Popescu C., Ciucur D., Gavrilă I., Popescu Ghe. - Teorie economică generală. Vol. I. Microeconomie , Ediţia a doua, Editura ASE, Bucureşti, 2008
9. Stiglitz J.,. Walsh C. – Economie, Editura Economică, Bucureşti, 2005
10. Varian Hal - Intermediate microeconomics, a modern approach, W.W. Norton, USA, 2006

Unitatea de învăţare 8. Pieţe, concurenţă, preţuri

Cuprins

7.1. Structura pieţei şi concurenţa
7.2. Preţul : concept, forme şi funcţii
7.3. Piaţa cu concurenţă perfectă şi formarea preţului de echilibru
7.4. Echilibrul firmei pe piaţa cu concurenţă perfectă



- Evidentierea structurilor pieţei concurenţiale şi formarea unei imagini de ansamblu asupra diversităţii tipurilor şi formelor de piaţă în economia contemporană;
- Înţelegerea rolului concurenţei şi a importanţei protecţiei ei pentru funcţionarea eficientă a pieţei;
- Cunoaşterea preţului în calitatea sa de variabilă fundamentală a pieţei,alături de cerere, ofertă şi concurenţă;
- Deprinderea studenţilor cu tehnicile şi modelele de analiză şi reprezentare a echilibrelor pieţei, prin studierea celei mai competitive forme de piaţă – cea bazată pe concurenţa perfectă;
- Înţelegerea modului cum reacţionează o firmă perfect competitivă la semnalele preţurilor şi a situaţiilor în care aceasta se poate afla pe termen scurt şi pe termen lung.

8.1 Structura pieţei şi concurenţa

00:00

Piaţa este o categorie specifică economiei de schimb care exprimă ansamblul relaţiilor generate de actele de vânzare-cumpărare, împreună cu fenomenele legate de manifestarea cererii şi ofertei şi în conexiune cu spaţiul şi timpul în care acestea se desfăşoară.

Timp necesar: 210 minute

După parcurgerea unităţii veţi fi în măsură să răspundeţi la întrebările:

- **Ce este concurenţa ?**
- **Ce situaţii de concurenţă neloială pot fi întâlnite pe piaţă ?**
- **Care sunt caracteristicile concurenţei perfecte?**
- **Care este condiţia de echilibru pentru o firmă ce acţionează pe o piaţă cu concurenţă perfectă?**
- **În ce constă echilibrul pieţei?**
- **La ce se referă legea cererii?**

Piaţa a devenit necesară şi a aparut atunci când funcţia consumului s-a separat de funcţia producţiei, ea fiind – în trecut ca şi în prezent – o consecinţă inevitabilă a acestui proces. De-a lungul timpului piaţa s-a dezvoltat atât în lărgime cât şi în adâncime, devenind o realitate tot mai complexă. Neîndoielnic, saltul calitativ în evoluţia procesului istoric de dezvoltare a pieţei a avut loc odată cu afirmarea sistemului economiei capitaliste. Caracteristic acestui sistem este existenţa unei ample reţele de pieţe interrelaţionate şi care, în unitatea lor, alcătuiesc mecanismul economiei concurenţiale de piaţă.

În acest context, definirea sintetică, concisă a pieţei contemporane este dificilă şi chiar inoperantă. Cu alte cuvinte, datorită marii complexităţi şi diversităţi a structurilor sale caracteristice, există o varietate de abordări şi mai multe unghiuri de vedere sub care poate fi privită şi definită piaţa, fiecare încercând să ofere o imagine cât mai apropiată de sensul contemporan al acesteia. Toate punctele de vedere exprimate au însă ca elemente fundamentale ce definesc piaţa, relaţiile dintre vânzători şi cumpărători sau cadrul în care se manifestă cererea şi oferta. Astfel, profesorul francez Abraham Frois arăta că piaţa unui bun poate fi definită ca loc de întâlnire, la un moment dat, a dorinţelor cumpărătorilor exprimate prin cererea lor şi a dorinţelor producătorilor exprimate prin oferta lor.

Aşadar, piaţa este considerată, înainte de toate, drept spaţiu economic în care se exprimă şi se întâlnesc cererea şi oferta, ai caror purtători sunt agenţii economici în calitate de

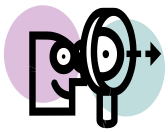
cumpărători şi de vânzători. Pe o anumită piaţă, cererea şi oferta se găsesc una faţa de alta într-un anumit raport de mărime, în funcţie de care se formează şi evoluează preţurile la care se vând şi se cumpără mărfurile. Nivelul şi evoluţia preţurilor determină comportamentul agenţilor economici, orientandu-i cât şi ce să cumpere sau să ofere pe piaţă. Agenţii economici care acţionează pe aceeaşi piaţă intră, astfel, în relaţii de concurenţă sau competiţie, în cadrul cărora fiecare caută să-şi maximizeze scopurile urmărite. Piaţa funcţionează astfel ca un mecanism cu autoreglare, al cărui regulator este concurenţa.

Elementele evidenţiate mai sus definesc în esenţă piaţa, instituţia centrală în jurul căreia graviteaza viaţa economică. Într-o economie de piaţa concurenţială, mecanismul pieţei este acea forţă impersonală ("mâna invizibilă") care coordonează alegerile şi acţiunile tuturor agenţilor economici şi, în ultimă instanţă, reglează viaţa economică de ansamblu.

Structura pieţei. Privită în ansamblu, piaţa reprezintă un sistem deosebit de complex, format dintr-o multitudine de segmente, forme şi tipuri de pieţe care se găsesc într-o strânsă interdependenţă. Evoluţia preţurilor pe o anumită piaţă afectează în timp nivelul preţurilor existente pe celelalte pieţe.

Se consideră că o piaţă este cu atât mai competitivă cu cât puterea agenţilor participanţi (ai cererii şi ai ofertei) de a influenţa preţul şi alte condiţii ale pieţei este mai mică. Forma extremă a competivităţii, se realizează atunci când puterea de piaţă a fiecărui participant este nulă (zero). Această situaţie extremă este numită structura pieţei perfect competitivă sau piaţă cu concurenţă perfectă. Cealaltă extremă înseamnă negarea concurenţei şi reflectă o situaţie în care un agent economic dispune de o putere absolută asupra unei pieţe, fie prin controlul asupra întregii oferte, fie prin controlul asupra întregii cereri pentru o anumită marfă.

Între cele două extreme ale structurii pieţei pot fi imaginate o infinitate de situaţii intermediare mai apropiate sau mai îndepartate de structura pieţei perfect competitive sau invers. Caracteristicile şi variabilele celor patru structuri de piaţă se vor regăsi în paragrafele dedicate fiecăreia dintre ele unde vom analiza şi procesele specifice de formare a preţului pe tipurile respective de pieţe. Dominanta analizei lor este, după cum s-a precizat, competiţia sau concurenţa.



Să ne reamintim...

Piaţa este definită drept spaţiu economic în care se exprimă şi se întâlnesc cererea şi oferta, ai caror purtători sunt agenţii economici în calitate de cumpărători şi de vânzători.

Se consideră că o piaţă este cu atât mai competitivă cu cât puterea agenţilor participanţi (ai cererii şi ai ofertei) de a influenţa preţul şi alte condiţii ale pieţei este mai mică.

Concurenţa reprezintă procesul de competiţie în care se angajează agenţii economici atunci când licitează sau oferă la concurenţă bunuri de orice fel pe piaţă. Ea este o manifestăre a iniţiativei private şi reflectă acel comportament specific interesat al agenţilor

economici care, prin acţiunile întreprinse şi respectând regulile de joc ale pieţei, caută de fiecare dată să dobândească maximum de avantaje.

Întrucăt resursele sunt limitate şi au întrebuintari alternative, este necesar un criteriu de alocare oportună (eficientă) a lor. Reacţiile continue ale agenţilor economici la schimbarea condiţiilor cererii şi ofertei de bunuri pe piaţa, respectiv a preţurilor, asigură un astfel de criteriu de alocare şi utilizare eficientă a resuselor, definind în esenţă rolul concurenţei. Competiţia stimulează performanţa economică şi progresul general. Ea incită la creativitate şi inovare, care conduce la difersificarea ofertei şi reducerea costurilor, la creşterea eficienţei economice în general şi satisfacerea mai bună a nevoilor. Concurenţa diferentiază agenţii economici, favorizând pe cei creativi şi întreprinzâtori şi îi elimină sau îi reorientează spre alte domenii de activitate pe cei imobili şi ineficienţi.

Competitorii sau participanţii la procesul de concurenţă sunt agenţii economici purtători ai cererii şi ai ofertei. Dar furnizorii de resurse productive nu concurează împotriva celor care vor să le achiziţioneze, iar cumpărătorii nu concurează împotriva celor care oferă bunurile respective pe piaţă. Furnizorii concurează împotriva altor furnizori cu care se întâlnesc pe aceeaşi piaţă (a resurselor sau produselor), cumpărătorii împotriva altor cumpărători, licitând la anumite preţuri pentru bunurile achizitionate.

Pentru ca piaţa concurenţială, numită şi piaţă competitivă, să-şi manifeste virtuţiile sale ea trebuie protejată de practicile neloiale din partea unor concurenţi. Dorinţa unor agenţi economici de a obţine câştiguri cât mai mari generează încercări de suprimare sau limitare a concurenţei prin diferite modalităţi de anulare a şanselor altor concurenţi. De asemenea, deoarece concurenţa tinde să lărgească spaţiul de acţiune, initiaţivă şi obţinere a veniturilor, unele firme încearcă să-şi asigure protecţia din partea guvernului împotriva unor potenţiali concurenţi.

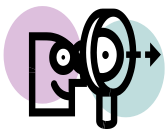
În consecinţă, a proteja concurenţa nu este acelaşi lucru cu a proteja concurenţii. Pentru a proteja şi promova concurenţa sunt necesare legi care să asigure reguli corecte de joc şi să interzică practicile neloiale la care ar putea apela unii concurenţi. Politicile specifice adoptate în acest sens de guverne sunt justificate, de obicei, pornind de la faptul ca piaţa concurenţială este un regulator eficace al activităţii economice numai dacă regulile de joc ale pieţei menţin în mod corespunzător concurenţa, oferind şanse egale pentru toţi competitorii. Dimpotriva, restricţiile asupra concurenţilor care restrâng iniţiativa acestora, baza de selecţie şi acţiune a lor, diminuează în fapt şi posibilităţile de alocare şi utilizare eficientă a resurselor economice.

Reglementarile privind protecţia concurenţei, adoptate în aproape toate ţările cu economie de piaţă concurenţială interzic o gama largă de "practici neloiale" sau care contravin "**concurenţei loiale".**

Exemple :

Dintre practicile neloiale, mai răspândite sunt următoarele:

- Vânzarea preferenţială sau refuzul de a vinde un bun sau o categorie de bunuri unui cumpărător sau unei categorii de cumpărători. Indiferent de bunurile şi cantităţile oferite pe piaţă, vânzătorul este obligat să vândă oricărui cumpărător aflat în disponibilitate de plată;
- Realizarea de fuziuni, înţelegeri sau acorduri între producători în scopul împărţirii pieţelor şi promovării unor nivele mai ridicate de preţuri. În general, reglementările adoptate interzic acele fuziuni care suprimă sau limitează concurenţa prin anularea şanselor altor producători. Există însă şi fuzionări de întreprinderi (orizontale sau verticale) care sporesc eficienţa activităţii în sectoarele respective, conducând la reducerea costurilor de producţie şi desfacere prin eliminarea verigilor intermediare sau prin economiile de scară realizate în urma acestui proces;
- Vânzarea în pierdere sau sub costuri. Această practică, deşi nu afectează cumpărătorul, în multe ţări cu economie de piaţă, este considerată un "delict" şi se sancţionează întrucât contravine concurenţei loiale. Se are în vedere ca o astfel de practică înseamnă reducerea preţurilor de vânzare sub costuri în scopul scoaterii din afaceri a unuia sau mai multor concurenţi, sau a anulării şanselor unor noi competitori potenţiali, recuperându-şi ulterior pierderile prin creşterea preţurilor. Cu alte cuvinte, este vorba de aşa-numita politică de dumping practicată de firmele mari care pot suporta pierderi prelungite sau pierderi în anumite domenii datorită resurselor lor financiare mari;
    - Inşelarea cumpărătorilor printr-o publicitate ambiguă, etichetare incorectă sau prin practicarea unor "preţuri atractive" dar care se referă numai la produse aflate în cantităţi mici sau depreciate calitativ etc.; pe scurt, la toate acele practici care privesc "reclama mincinoasă".



Să ne reamintim...

Concurenţa este o manifestăre a iniţiativei private şi reflectă acel comportament specific interesat al agenţilor economici care, prin acţiunile întreprinse şi respectând regulile de joc ale pieţei, caută de fiecare dată să dobândească maximum de avantaje.

Concurenţa diferentiază agenţii economici, favorizând pe cei creativi şi întreprinzători şi îi elimină sau îi reorientează spre alte domenii de activitate pe cei imobili şi ineficienţi.

Pentru ca piaţa concurenţială, numită şi piaţă competitivă, să-şi manifeste virtuţiile sale ea trebuie protejată de practicile neloiale din partea unor concurenţi.

Din cele arătate rezultă ca întregul cadru normativ juridic care reglementează regulile de joc ale unei pieţe concurenţiale trebuie să protejeze concurenţa ca proces şi nu pe eventualii concurenţi care se tem sau cărora nu le convin rigorile şi exigenşele ei. Manifestarea concurenţei este o expresie a nivelului de dezvoltare şi diversificare a pieţei, a gradului de liberalizare economică, în primul rând a preţurilor, care face ca orice cumpărător să poata achiziţiona bunurile de care are nevoie cu preţurile cele mai favorabile, stimulând în acelaşi timp producătorii să mărească oferta prin reducerea costurilor. Ea exprimă măsura în care sistemul economic este capabil să stimuleze iniţiativa şi creativitatea agenţilor economici în utilizarea eficientă a resurselor sale productive.

00:45

8.2 Preţul: concept, forme şi funcţii

Preţul exprimă cantitatea de monedă (suma de bani) ce trebuie platită la un moment dat, pe o anumită piaţă, pentru achizitionarea unei unităţi din bunul respectiv. El reprezintă cea mai generală formă de măsurare economică, denumită şi monetară; sintagma preţului fiind, în prezent, una dintre cele mai complexe categorii din teoria economică.

Preţul este determinat atât de consumul de factori de producţie, cât şi de utilitatea marginală şi raritatea bunului; sub primul aspect preţul exprimă condiţiile producţiei şi interesele purtătorului ofertei, iar sub cel de-al doilea aspect el exprimă interesele purtătorului cererii. Confruntarea acestor interese, înţeleasă ca un proces de negociere şi ajustare reciprocă, determină raportul dintre cerere şi ofertă şi, în final, preţul la care se tranzacţionează bunul pe piaţă. Din acest punct de vedere, preţul este considerat un rezultat firesc al funcţionării pieţei concurenţiale, un determinat al celor două forţe ale sale – cererea şi oferta.

Aceasta nu înseamnă însă că cererea şi oferta sunt singurele forţe care determină niveul şi evoluţia preţului în economia reală. Atunci când preţurile se formează şi evoluează în mod liber pe baza condiţiilor pieţei (fără nici o intervenţie din afară), acestea se numesc preţuri libere. În afară de cerere şi ofertă, teoretic nu există alte forţe suficient de puternice pentru a stabili nivelul preţului şi a-i determina evoluţia. Este situaţia ideală pe care o întâlnim în modelul pieţei cu concurenţă perfectă, unde oricare dintre participanţii pe această structură de piaţă este ceea ce teoria economică numeşte un primitor de preţ (“price taker”).

În economia contemporană dominante sunt, însă, structurile de piaţă cu concurenţă imperfectă. În cadrul acestor structuri pot exista firme sau un grup de firme care dispun de suficientă forţă şi mijloace pentru a influenţa şi a determina nivelul preţului. Datorită puterii lor de piaţă, ele pot vinde cantităţi diferite la preţuri diferite şi, în consecinţă, caută preţurile cele mai profitabile, respectiv sunt cautători de preţuri (“prices searches”).

Preţurile care sunt rezultatul politicilor şi deciziilor marilor firme (monopoluri, oligopoluri, etc.) sunt numite “preţuri administrate”. Deşi există moduri şi nuanţe diferite de

intrpretare a acestor preţuri, ideea de bază constă în evidenţierea faptului că în cadrul structurii pieţei contemporane există preţuri în a căror formare politicile marilor firme sunt esenţiale .

În procesul formării preţurilor pe anumite pieţe pot interveni şi alte centre de putere, cum sunt cele ale autorităţii publice. Preţurile rezultate din mecanismele pieţei, dar pe baza unor reglementări ale administratiei publice (normative referitoare la costuri, cote de taxe şi impozite indirecte, stabilirea unor limite de variaţie sau plafoane de preţ etc.) se numesc **preţuri reglementate.** Gradul în care preţurile respective sunt reglementate depinde de particularităţile diferitelor tipuri şi forme de pieţe, precum şi de obiectivele politicilor de preţuri adoptate de stat.

Cele trei categorii de preţuri analizate mai sus – preţuri libere, administrate şi preţuri reglementate – se disting după modul de formare a lor şi se întâlnesc atât în cadrul tranzacţiilor de vânzare-cumpărare a produselor (bunuri de consum şi bunuri de producţie), cât şi pe celelalte pieţe. În cadrul acestora din urmă, preţurile cunosc forme specifice şi poartă denumiri adecvate, cum sunt: salariul, rata dobânzii, renta şi chiria, cursurile titlurilor financiare, cursul valutar etc.

Toate categoriile şi formele de preţ sunt expresii monetare şi suportă în timp deprecierea banilor. Pentru a cunoaşte ce se întâmplă cu preţul unui bun în timpul unei perioade inflaţioniste se foloseste alături de preţul absolut şi preţul relativ.

Preţul absolut este preţul bunului exprimat în bani sau cantitatea de monedă care trebuie platită pentru a achiziţiona o unitate din bunul respectiv. De exemplu: 1Kg grâu = 5 000 lei; 1Kg carne = 100 000 lei; 1litru benzină = 25 000 lei; 1 oră de muncă = 25 000 lei; 1$ = 33 000 lei etc.

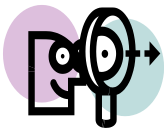
Preţul relativ este preţul unui bun exprimat în funcţie de preţul altor bunuri. În general, preţul relativ poate fi determinat prin compararea modificării preţului respectiv cu media modificării tuturor celorlalte preţuri care este numită nivelul general al preţurilor. Astfel, în timpul unei perioade preţul grâului a crescut cu 10%, iar nivelul general al preţurilor a crescut cu 25%, atunci preţul relativ al grâului a scăzut; cu toate că preţul absolut al grâului a crescut, el a devenit relativ mai ieftin.

Exemple : Preţuri absolute: 1Kg grâu = 5 000 lei; 1Kg carne = 100 000 lei; 1litru benzină = 25 000 lei; 1 oră de muncă = 25 000 lei; 1$ = 33 000 lei etc.

Preţ relativ: 1Kg carne = 4 salarii orare

Dacă în timpul unei perioade preţul grâului a crescut cu 10%, iar nivelul general al preţurilor a crescut cu 25%, atunci preţul relativ al grâului a scăzut - deşi preţul absolut al grâului a crescut, el a devenit relativ mai ieftin.

Reducerea constantă şi pe o perioadă indelungată a preţurilor relative ale unor produse generează consecinţe complexe, întrucât sectoarele respective de activitate înregistrează pierderi de venituri şi patrimoniu prin aşa-numitul fenomen al foarfecelui preţurilor. Experienţa României şi a multor ţări arată că, într-o astfel de situaţie se află preţurile relative ale produselor agricole, ceea ce şi explică politicile speciale adoptate în domeniul agriculturii, care urmăresc, printre altele şi protejarea producătorilor agricoli.



Să ne reamintim...

Preţul exprimă cantitatea de monedă (suma de bani) ce trebuie platită la un moment dat, pe o anumită piaţă, pentru achizitionarea unei unităţi din bunul respectiv. Preţul este determinat atât de consumul de factori de producţie, cât şi de utilitatea marginală şi raritatea bunului; sub primul aspect preţul exprimă condiţiile producţiei şi interesele purtătorului ofertei, iar sub cel de-al doilea aspect el exprimă interesele purtătorului cererii.

După modul de formare , există preţuri libere (formate liber, pe baza cererii şi ofertei), preţuri reglementate(rezultate din mecanismele pieţei, dar pe baza unor reglementări ale administratiei publice - taxe şi impozite indirecte, stabilirea plafoane de preţ etc.) şi preţuri administrate (preţurile care sunt rezultatul politicilor şi deciziilor marilor firme).

Preţurile se află sub influenţa permanentă a variabilelor de intrare şi ieşire a sistemului economic, constituindu-se în principal mesaj de semnalizare a stării acestuia şi de anticipare a evoluţiei sale. Rolul esenţial al preţurilor în cadrul mecanismului economiei de piaţă este reliefat prin funcţiile acestora.

Funcţia de calcul şi măsurare a cheltuielilor şi rezultatelor: constă în aceea că prin intermediul preţurilor, o mare diversitate a consumurilor de resurse economice, veniturile, fluxuriile şi tranzacţiile care se derulează la toate nivelurile şi toţi subiecţii activităţii economice, sunt uniformizate sub formă monetară. Cea mai generalizatoare formă de măsurare economică – cea monetară – se realizează astfel prin mijlocirea preţurilor. De aceea, realizarea acestei funcţii este condiţionată de existenţa unor preţuri corecte, care să ilustreze cât mai fidel faptele economice, starea şi sensurile de mişcare ale economiei.

Funcţia de informare a agenţilor economici asupra cerinţelor pieţei. Preţurile constituie reţeaua de informaţii a sistemului economic, ele semnalând tuturor agenţilor economici schimbările intervenite în condiţiile producţiei şi ale cererii şi, prin aceasta, despre noile alternative şi oportunităţi ce le au la dispoziţie. Preţul are o puternică încărcătură informaţională, într-o formă simplă, rapidă şi ieftin transmisibilă; o enormă cantitate de informaţii din economie este astfel „distilată" prin reţeaua de preţuri care la rândul lor călăuzesc alegerile şi acţiunile agenţilor economici.

Funcţia de distibuire a veniturilor se referă la faptul că prin intermediul preţurilor are loc renumerarea serviciilor factorilor de producţie, precum şi recuperarea costurilor de

producţie şi obţinerea unui anumit profit de către întreprinzator. Procesul de formare şi distribuire a veniturilor este mijlocit, astfel, de preţurile factorilor de producţie şi de preţurile produselor care "arbitrează" accesul persoanelor şi categoriilor de persoane la bunurile economice.

Funcţia de stimulare. Prin locul lor în reţeaua de informaţii şi prin influenţa directă asupra veniturilor şi cheltuielilor agenţilor economici, preţurile constitue componenta motivaţională principală a acţiunilor producătorilor şi cumpărătorilor. În acest cadru, preţurile reprezintă elementul central al opţiunilor agenţilor economici, stimulându-i în atragerea şi utilizarea eficientâ a resurselor economice, în adaptarea permanentă a nivelului şi structurii producţiei la cerinţele reale ale pieţei etc.

01:15

8.3. Piaţa cu concurenţă perfectă şi formarea preţului de echilibru

Economiştii au elaborat două modele fundamentale limită (extreme) prin care sunt analizate interdependenţele dintre forţele pieţei şi preţul produselor: modelul pieţei cu concurenţă perfectă şi cel al monopolului. Ele sunt considerate simplificări ale realităţilor pieţei, întrucât multe din ipotezele pe care se bazează nu caracterizează situaţiile concrete din economia contemporană. Ambele modele menţionate constitue însă premise metodologice esenţiale necesare analizei proceselor complexe de formare a preţurilor în cadrul cărora se întrepătrund elemente aparţinând celor două tipuri de pieţe.

Piaţa cu concurenţă perfectă, presupune întrunirea concomitentă a mai multor condiţii, numite ipotezele sau **trăsăturile pieţei cu concurenţă perfectă.**

Atomicitatea pieţei evidentiază acea situaţie a structurii de piaţă în care agenţii cererii şi ofertei sunt numeroşi şi de forţă economică redusă. Oferta individuală (a fiecărui producător) reprezintă o fracţiune neînsemnată din oferta pieţei, iar cererea individuală – o nesemnificativă fracţiune din cererea pieţei. Astfel, atât oferta individuală cât şi cererea individuală sunt considerate perfect elastice (producătorul poate vinde întreaga producţie la preţul pieţei, iar consumatorul poate cumpăra orice cantitate doreşte la preţul pieţei) şi, ca urmare, modificările intervenite în nivelul acestora nu pot determina schimbări în cererea şi oferta pieţei care să influenteze nivelul şi evoluţia preţului.

Omogenitatea perfectă a bunurilor care fac obiectul tranzacţiilor pe piaţa respectivă. Toţi producătorii care operează pe o anumită piaţă realizează şi oferă un produs care prezintă caracteristici intrinseci şi extrinseci absolut identice iar condiţiile de acces sunt aceleaşi pentru toţi cumpărătorii. În aceste condiţii, produsele apar ca echivalente şi perfect substituibile, consumatorului fiindu-i indiferent de la cine şi de unde le achizitionează.

Intrarea liberă pe piaţă. Această ipoteză presupune că agenţii pieţiei intră, respectiv ies liber de pe piaţa unui bun, fără a se "lovi" de bariere juridice, instituţionale sau cutumiare. Intrarea se face exclusiv pe bază de raţionament economic. Astfel, producătorul (ofertantul) intră pe piaţă când costul său de producţie este inferior preţului de vânzare şi iese de pe piaţă

când costul este mai mare decât preţul de vânzare al produsului, căutând alte alternative de alocare a resurselor sale în domenii de activităţi unde poate obţine un profit normal.

Transparenţa perfectă a pieţei, care înseamnă că toţi partiipanţii la tranzactiile ce au loc pe o anumită piaţă dispun de o cunoaţtere directă, completă şi reală asupra cererii, ofertei şi preţului produsului. De asemenea, toţi agenţii cererii şi ofertei sunt complet informaţi cu privire la evoluţia viitoare a variabilelor pieţei.

Perfecta mobilitate a factorilor de producţie, ceea ce presupune că toţi producătorii pot găsi liber şi în orice cantitate resursele productive (muncă, pământ, capital) de care au nevoie. Aceasta înseamnă şi faptul că noi firme pot intra în orice ramură şi pot părăsi fără restricţii industria şi piaţa în care au operat.

Pimele trei trăsături definesc concurenţa pură, adică pură de orice fel de monopol, iar cele cinci trăsături definesc împreună concurenţa pură şi perfectă sau, pe scurt, concurenţa perfectă.

Când una sau mai multe condiţii nu sunt satisfăcute piaţa este caracterizată prin concurenţă imperfectă. Este evident că în viaţa reală, practic, este imposibil să fie întrunite pe deplin şi concomitent cele cinci trăsături ce definesc în mod ideal acest tip de piaţă.

Piaţa cu concurenţă perfectă reprezintă însă, modelul teoretic,ideal de la care se pleacă în analiza diferitelor structuri ale pieţei concurenţiale.

Să ne reamintim...

Piaţa cu concurenţă perfectă reprezintă un model teoretic,ideal care presupune întrunirea concomitentă a mai multor condiţii: atomicitatea pieţei, omogenitatea perfectă, intrarea liberă pe piaţă, transparenţa perfectă a pieţei, perfecta mobilitate a factorilor de producţie.

În viaţa reală, nu sunt întrunite pe deplin şi concomitent cele cinci trăsături ce definesc concurenţa perfectă.

Când una sau mai multe condiţii nu sunt satisfăcute piaţa este caracterizată prin concurenţă imperfectă.

Echilibrul pieţei cu concurenţă perfectă se realizează la acel nivel al preţului şi volum al tranzacţiilor la care cantitatea totală cerută de producători este egală cu cea oferită de producători, adică în punctul la care curba cererii pieţei şi curba ofertei pieţei (industriei) se intersectează. El se realizează pe baza unor permanente tatonări şi este rezultatul negocierilor dintre purtătorii cererii şi ai ofertei, care îşi promovează propiile interese sub influenţa semnalelor transmise de evoluţia condiţiilor de pe piaţa produsului.

Exemple : Pentru a uşura înţelegerea acestui proces revenim la exemplul cu cererea şi oferta de benzină, datele ipotetice fiind cele din Tabelul 8.1.

Tabelul 8.1. Formarea preţului de echilibru

Preţuri posibile (lei/l)	***Cantităţi cerute (mil. litri)***	***Cantităţi oferite (mil. litri)***	***STAREA PIEŢEI surplus sau exces***		***Tendinta preţului***
			de cerere	***de ofertă***	
35 000	*1 000*	*4 000*		*3 000*	*Reducere*
30 000	*1 500*	*3 500*		*2 000*	*Reducere*
25 000	*2 000*	*3 000*		*1 000*	*Reducere*
20 000	*2 500*	*2 500*	*echilibrată*	*echilibrată*	*Echilibru*
15 000	*3 000*	*2 000*	*1 000*		*Creştere*
10 000	*3 500*	*1 500*	*2 000*		*Creştere*

După cum se observă, modificarea în sus sau în jos a nivelului preţului benzinei are efecte diferite asupra cantităţii cerute de cumpărători şi a celei oferite de vânzători. Cu alte cuvinte, creşterea sau reducerea preţului litrului de benzină fac ca cererea şi oferta pe piaţa acestui produs să se contracte sau să se extindă, dar în sens invers, ceea ce creează, după caz, fie exces de ofertă, fie exces de cerere. Interacţiunea dintre oferta şi cererea de benzină conduc în final la formarea unui preţ la care ofertanţii şi cumpărătorii doresc şi pot vinde şi achiziţiona aceaşi cantitate. Forţele pieţei concurenţiale dau, astfel, naştere la un preţ de echilibru care tinde să rămână staţionar şi să echilibreze piaţa acestui produs.

În reprezentarea grafică preţul de echilibru este determinat de punctul de intersectie între curba descrescătoare a cererii şi curba crescătoare a ofertei, punct în care cantitatea cerută de benzină devine egală cu cea oferită. Cum rezultă şi din graficul prezentat (vezi Figura 8.1.) piaţa este în echilibru la preţul de 20 000 lei/litru şi cantitatea de 2 500 mil. litri.

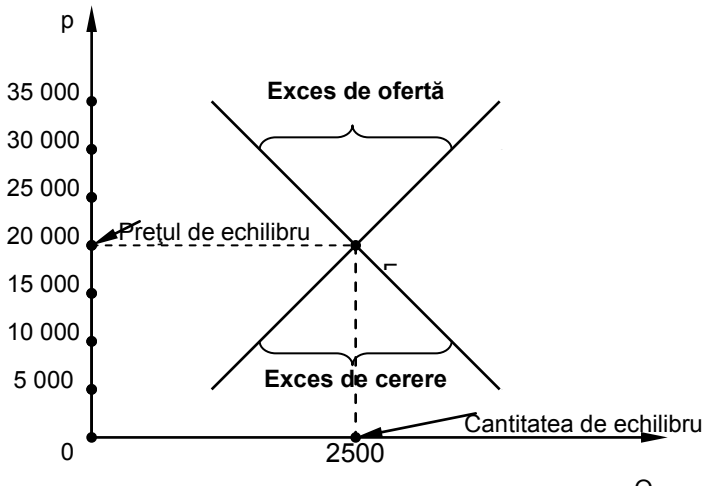


Figura 7.1. Echilibrul pieţei

Presupunând că preţul s-ar fixa temporar deasupra celui de echilibru, cantitatea cerută de cumpărători este, la acest preţ, inferioară celei oferite, surplusul de ofertă exercitând presiuni în sensul reducerii preţului de vânzare. În situaţia inversă, dacă preţul scade sub nivelul celui de echilibru, se creează un exces de cerere care va redimensiona preţul în direcţia echilibrării pieţei. În ambele situaţii, reacţiile şi deciziile purtătorilor cererii şi ai ofertei sunt adecvate unui comportament maximizator, cu scopul de a obţine un avantaj comaparativ din noua situaţie: pentru a achiziţiona mai mult şi a livra mai puţin când preţul scade pentru a cumpăra mai putin şi a livra mai mult, dacă preţul a crescut.

În concluzie, în condiţiile pieţei cu concurenţă perfectă nivelul preţului este determinat de acţiunea conjugată a cererii şi ofertei sau de raportul dintre cele două forţe ale pieţei. Modificarea acestui raport determină şi modificarea preţului pe piaţa produsului, care tinde către un nivel de echilibru ca urmare a excesului de cerere sau de ofertă. Preţul şi cantitatea de echilibru corespund nivelului la care achiziţiile dorite egalează vânzarile dorite. La acest nivel piaţa este în echilibru, ceea ce indică o stare de stabilitate care tinde să se menţină atâta timp cât factorii de influenţă nu modifică raportul dintre cerere şi ofertă. Pe termen scurt, mărimea preţului de echilibru (numit şi preţul de piaţă) depinde în principal de cantitatea cerută, întrucât pe perioada pieţei sau pe o perioadă scurtă de timp, oferta este rigidă. Pe termen lung se modifică însă ambele forţe ale pieţei, datorită unor imprejurari pe care le-am numit condiţiile sau factorii cererii şi respectiv ai ofertei. Dintre aceşti factori, nivelul venituilor (în cazul cererii) şi costul de producţie (în cazul ofertei) reprezintă condiţiile principale ale modificării (creşterii sau reducerii) celor două forţe ale pieţei.

Aşadar, modificările ce pot interveni pe termen lung în condiţiile cererii şi ofertei au ca rezultat o deplasare a curbei cererii sau a ofertei şi, implicit, o modificăre a preţului şi cantităţii de echilibru. Efectele deplăsarilor curbei cererii sau ofertei asupra preţului şi cantităţii de echilibru, reprezintă aşa-numitele reguli sau legi ale cererii şi ofertei. Aceste legi sunt următoarele:

a) Când cererea creşte (curba cererii se deplasează spre dreapta), preţul şi cantitatea de echilibru cresc
(vezi Figura 8.2. A)

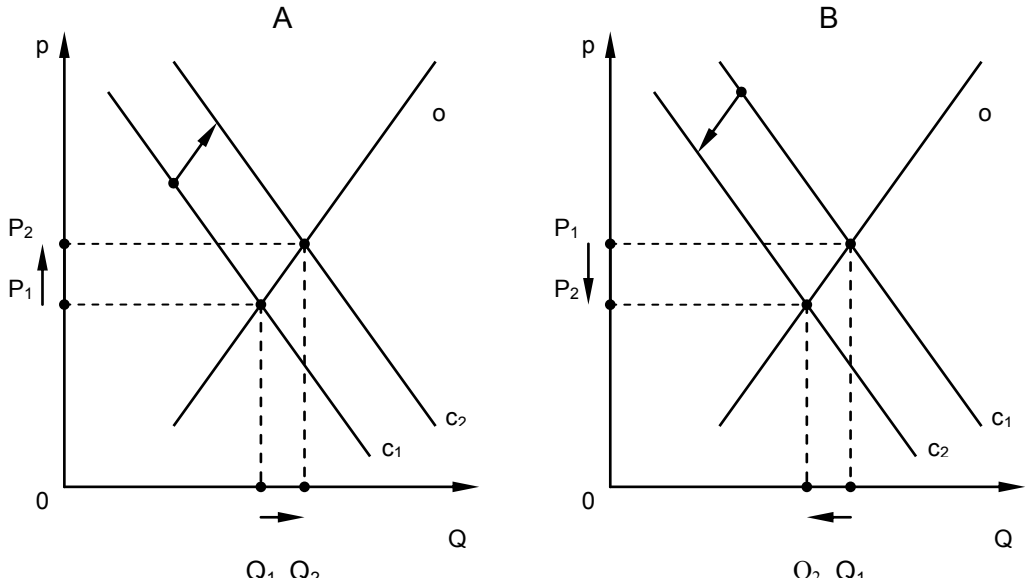


Figura 8.2. Efectele modificării cererii asupra preţului şi cantităţii

b) Când cererea scade (curba cererii se deplasează spre stânga), preţul şi cantitatea de echilibru se micşorează (vezi Figura 8.2. B).
c) Când oferta creşte (curba ofertei se deplasează spre dreapta), preţul de echilibru scade iar cantitatea de echilibru creşte (Figura 8.3. A).
d) Când oferta scade (curba ofertei se deplasează spre stânga), preţul de echilibru creşte iar cantitatea de echilibru se reduce (Figura 8.3. B).

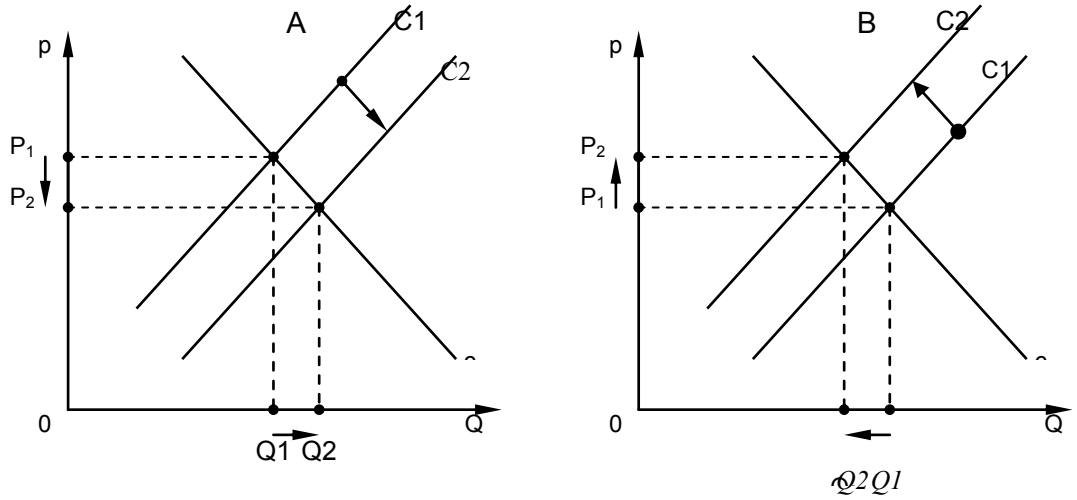
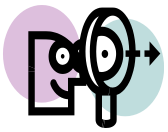


Figura 8.3. Efectele modificării ofertei asupra preţului şi cantităţii de echilibru

Fiecare dintre cele patru reguli sau legi menţionate rezumă ce anume se întâmplă atunci când o poziţie iniţială de echilibru este tulburată (când fie curba cererii, fie curba ofertei se deplasează) şi o nouă poziţie de echilibru este stabilită ca efect al noului raport dintre forţele pieţei. De reţinut că regulile sunt definite cu clauza caeteris paribus, presupunând de fiecare dată că numai una din forţele pieţei se modifică. În realitate, pe termen lung forţele pieţei pot acţiona simultan când curbele ofertei şi cererii se deplasează în acelaşi timp.

Să ne reamintim...



Echilibrul pieţei cu concurenţă perfectă se realizează la acel nivel al preţului şi volum al tranzacţiilor la care cantitatea totală cerută de producători este egală cu cea oferită de producători, adică în punctul la care curba cererii pieţei şi curba ofertei pieţei (industriei) se intersectează.
Pe termen scurt, mărimea preţului de echilibru depinde în principal de cantitatea cerută,deoarece, pe o perioadă scurtă de timp, oferta este rigidă. Pe termen lung se modifică însă, ambele forţe ale pieţei, datorită unor imprejurari pe care le-am numit condiţiile cererii şi respectiv ai ofertei.

In concluzie, putem spune ca în toate cazurile modificării forţelor pieţei în condiţiile concurenţei perfecte preţul va tinde permanent spre acel nivel la care cantitatea oferită de producători devine egală cu cea dorită şi cerută de cumpărători. La acest nivel piaţa este în echilibru iar preţul de echilibru poarta denumirea de preţ normal. El depinde în principal de ofertă care pe termen lung înregistrează importante modificări.Preţul normal poate fi mai mare sau mai mic decât preţul de piaţă care este preţul de echilibru pe termen scurt.

02:15

8.4 Echilibrul firmei pe piaţa cu concurenţă perfectă

În analiza echilibrului unei firme care operează pe o piaţă cu o concurenţă perfectă se pleacă de la ipoteza că aceasta are ca funcţie-obiectiv maximizarea profitului. Atunci când firma a atins o poziţie la care profiturile sale sunt maxime, ea nu mai are nici un stimulent să-şi modifice această situaţie, atâta timp cât restricţiile sau constrângerile în cadrul cărora activează nu se modifică sau nu pot fi ameliorate. În această situaţie firma se afla în echilibru. El poate fi abordat, ca şi în cazul analizei echilibrului pieţei, pe termen scurt şi pe termen lung.

În condiţiile concurenţei perfecte, după cum se cunoaşte, nici unul dintre agenţii producători nu dispun de atâta putere de piaţă care să-i permită influenţarea preţurilor factorilor de producţie sau a preţului produsului oferit pe piaţă prin care să-şi maximizeze profitul. Toţi producătorii (ca şi cumpărătorii) sunt ceea ce am numit un primitor de preţuri („prices taker”).

În principiu, o firmă obţine profit atunci când încasările sau veniturile totale sunt mai mari decât costurile totale aferente producţiei vândute pe piaţă. Ca urmare, firma trebuie să dispună de informaţii despre veniturile şi costurile sale şi să cunoască cum se comportă acestea faţă de producţie, singura variabilă la latitudinea unei firme primitoare de preţ.

În continuare vom analiza cum variază veniturile firmei care preia preţul în raport cu producţia sa. Combinând informaţiile despre costurile şi veniturile firmei putem determina nivelul de producţie care îi asigură maximizarea profitului.

Analiza microeconomică foloseste trei concepte despre veniturile firmei şi anume: venitul total, venitul mediu şi venitul marginal ;ele sunt echivalentele conceptelor de cost total, cost total mediu şi cost marginal.

Venitul total (V_t) reprezintă încasarea totală obţinută din vânzarea producţiei şi este egal cu produsul dintre cantitate şi preţul unitar (Q x p).

Venitul mediu (V_m) reprezintă mărimea venitului obţinut pe unitatea de produs (V_t/Q) şi este egal cu preţul la care este vândut pe piaţă.

Venitul marginal (V_{mg}) reprezintă venitul adiţional (suplimentar) al firmei rezultat din modificarea cu o unitate a cantităţii vândute ($V_{mg} = \Delta V_t/\Delta Q$).

Pentru o firmă primitoare de preţ, venitul marginal este egal cu venitul mediu, care intotdeauna este egal cu preţul ($V_{mg} = V_m = p$).

Exemple : Relaţiile dintre toate categoriile de venituri ale firmei precum şi raporturile lor faţă de producţia vândută sunt ilustrate şi cu ajutorul unui exemplu cifric în Tabelul 8.2. Exemplul ipotetic al firmei este o fermă agricolă care livrează diferite cantităţi de grâu la preţul pieţei de 3 000 lei/Kg.

Tabelul 7.2. Formele venitului unei firme primitoare de preţ ("price taker")

Cantităţi Q [Kg]	**Preţul P [lei]**	**Venitul total $V_t = QxP$**	**Venitul mediu Vm=Vt/Q**	**Venitul marginal Vmg = ΔVt/ΔQ**
1 000	3 000	3 000 000	3 000	3 000
2 000	3 000	6 000 000	3 000	3 000
3 000	3 000	9 000 000	3 000	3 000
4 000	3 000	12 000 000	3 000	3 000
5 000	3 000	15 000 000	3 000	3 000

Venitul mediu şi venitul marginal sunt reprezentate grafic de aceeaşi linie orizontală paralelă cu axa cantităţilor şi situată la nivelul preţului pieţei. Întrucât firma preia preţul pieţei şi poate vinde orice cantitate la acelaşi preţ, linia orizontală a preţului este totodată şi curba cererii firmei(C_f).

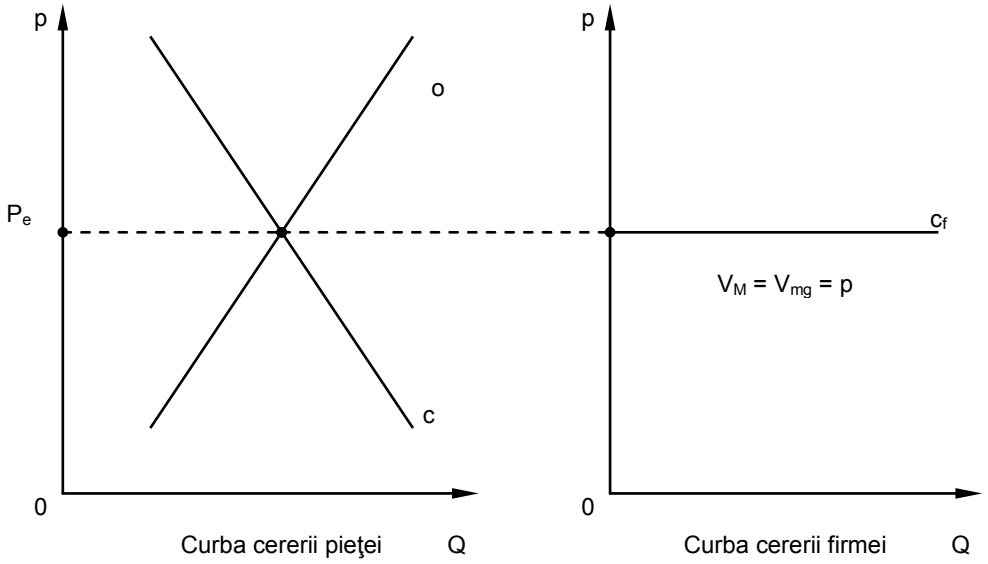


Figura 8.4. Curba cererii pieţei şi curba cererii firmei pe o piaţă

Graficele din Figura 8.4. scot în evidenţă distincţia dintre curba cereri unei pieţe (industrii) perfect competitive care are panta negativă, şi curba cererii unei firme de pe acea piaţă, care este perfect orizontală şi infinit elastică. Se observă totodată, cum curba V_m , curba V_{mg} şi curba cererii firmei coincid şi se află toate amplasate pe aceeaşi linie orizontală a preţului.

Confruntându-se cu o curbă a cererii perfect elastică, firma îşi ajusteaza cantităţile de producţie vândute la preţul dat al pieţei, astfel încât sa obţină profitul maxim. Ea îşi va extinde volumul producţiei oferite pe piaţă până la acel punct unde costul marginal (care include şi profitul normal) egalează venitul marginal, care, după cum s-a vazut, este egal cu preţul pieţei. Dincolo de acest punct (unde $C_m > V_{mg}$) firma va inregistra pierderi la fiecare unitate vândută, ceea ce va diminua profitul total.

Aşadar, condiţia sau regula care conferă firmei perfect competitive starea de **echilibru pe termen scurt** este:

$$C_m = V_{mg} = P$$

Desigur, că nu orice nivel al producţiei pentru care $C_m = P$ are ca rezultat obţinerea profitului de către firmă. Ea va obţine profit pentru aceea producţie care permite egalarea costurilor sale marginale cu preţul de piaţă în măsura în care preţul depăşeşte costul mediu.

Curba costului marginal devine astfel curba ofertei firmei pe acea porţiune crescătoare a C_m poziţionată deasupra minimului costului total mediu (C_{TM}).

În Figura 8.5 sunt prezentate trei situaţii în care o firmă care operează pe o piaţă perfect competitivă se poate afla în poziţie de echilibru pe termen scurt. În toate cele trei cazuri, firma produce şi vinde pe piaţă la nivelul producţiei unde $C_m = p$, însă, date fiind circumstanţele particulare fiecărui caz în parte, rezultatele obţinute sunt diferite, şi anume:

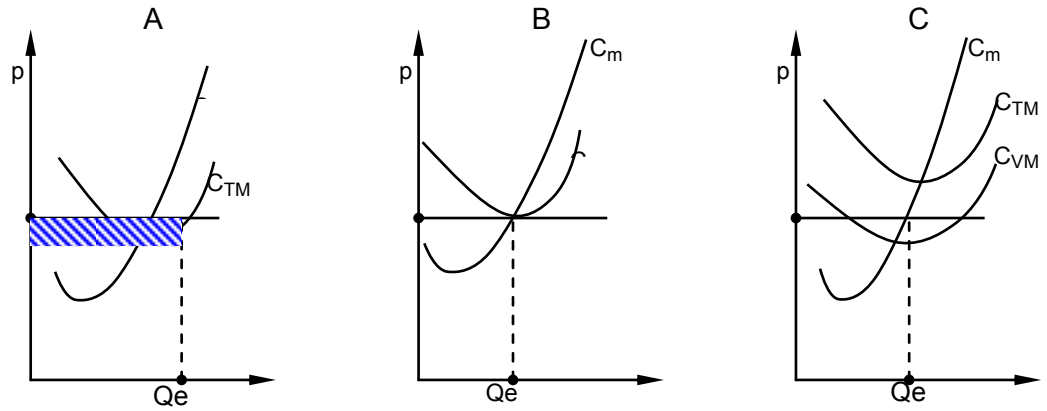


Figura 8.5. Situaţii de echilibru pe termen scurt pentru o firmă pe o piaţă cu concurenţă perfectă

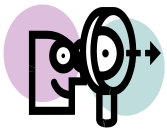
a) primul caz (A) redă situaţia cea mai profitabilă a unei firme în echilibru pe termen scurt, unde $C_m = P$, dar acesta din urmă este mai mare decât costul total mediu ($P > C_{TM}$). Firma obţine întregul profit normal, inclus în C_{TM}, precum şi un profit suplimentar (suprafaţa haşurată). Pe termen lung, după cum vom vedea ceva mai departe, profitul suplimentar nu va mai fi obţinut datorită intrării de noi firme în ramură (în industrie şi pe piaţa respectivă), creşterii cantităţii oferite şi tendinţei de scădere a preţului.

b) cel de-al doilea caz (B) redă situaţia aşa-numitei firme reprezentative a pieţei cu concurenţă perfectă. Ea funcţionează la nivelul producţiei pentru care costurile sale marginale sunt egale cu preţul pieţei dar şi cu costul total mediu ($C_m = p = C_{TM}$). Cum se observă în grafic, în această situaţie linia preţului este tangentă minimului C_{TM}, ceea ce înseamnă că venitul total este egal cu costul total, iar profitul suplimentar este zero. Firma poate însă funcţiona atât pe termen scurt cât şi pe termen lung, deoarece obţine întregul profit normal care este inclus în costul total.

c) cel de-al treilea şi ultimul caz (C) redă situaţia unei firme care înregistrează pierderi, unde $C_m = p$ dar acesta din urma este mai mic decât costul mediu ($P < C_{TM}$). Ea poate totuşi să-şi acopere toate cheltuiele variabile precum şi o parte din costurile fixe. În această situaţie pierderile firmei sunt mai mici decât cele determinate de încetarea totală a activităţii. Pe termen lung firma nu poate funcţiona, factorii de producţie mergând în alte activităţi unde se găsesc utilizări oportune.

Preţul la care veniturile totale sunt egale cu costurile variabile, sau la care pierderile sunt egale cu costurile fixe este numit **punctul de închidere al firmei**. La orice nivel al

preţului inferior punctului de închidere, firma îşi va înceta activitatea pentru a-şi limita pierderile la mărimea costurilor fixe. Dacă preţul pieţei depăşeşte punctul de închidere, firma va continua sa producă pentru a-şi minimiza pierderile sub nivelul costurilor fixe.



Să ne reamintim...

Condiţia sau regula care conferă firmei perfect competitive starea de ***echilibru pe termen scurt*** *este: cost marginal = venit marginal =preţ*

Preţul la care veniturile totale sunt egale cu costurile variabile, sau la care pierderile sunt egale cu costurile fixe este numit ***punctul de închidere al firmei****.*

Echilibrul firmei pe termen lung, în condiţiile concurenţei perfecte, se bazează pe mai multe premise. În primul rând, pe termen lung, toţi factorii de producţie sunt variabili, astfel încât firmele pot să-şi dezvolte capacităţile vechi de producţie sau să-şi construiască altele noi. De asemenea, pe termen lung factorii de producţie pot fi transferaţi de la producţia unui bun economic la altul, iar numărul firmelor din ramură este variabil. De regulă numărul firmelor va creşte dacă în ramură se obţin supraprofituri. (profitul obţinut peste profitul normal este denumit profit pur sau profit economic). Invers, numărul firmelor se va reduce dacă acestea înregistrează pierderi sau obţin un profit mai mic decât cel normal în sectoarele în care activează, întrucât există oportunităţi sau alternative de alocare mai profitabilă a factorilor de producţie în alte ramuri de activitate. Rezultă logic că, nu se produc modificări importante în capacităţile de producţie şi numărul firmelor care produc un bun economic, în condiţiile în care profiturile încasate înregistrează un nivel normal (considerat suficient ptentru a menţine utilizarea factorilor în ramură), deoarece în această situaţie nu există motivaţia nici de a părăsi domeniul de activitate, nici de a intra în altă ramură. În sfârşit, dacă pe termen lung firmele pot ajusta intrările din toţi factorii de producţie şi, deci, toate costurile sunt variabile, aceasta înseamnă că există un singur cost unitar al produsului – costul mediu pe termen lung (C_{ML}).

În contextul premiselor şi ipotezelor menţionate mai sus, putem formula **condiţia de echilibru al firmei pe termen lung;** ea constă în egalitatea preţului (p) cu costul marginal (C_m) şi cu costul mediu pe termen lung minim (C_{MLmin}): $\mathbf{p = C_m = C_{ML\ min}}$

Cum egalitatea costului marginal cu costul mediu pe termen lung se realizează numai la nivelul minim al acestuia din urmă, iar linia preţului este tangentă în punctul de intersecţie al C_{ML} de către C_m, se deduce că la echilibrul pe termen lung, firmele nu mai obţin supraprofit sau profit economic, singurul profit realizat fiind cel normal. De aceea, condiţia pe termen lung a unei firme perfect competitive mai este numită şi condiţia sau regula profitului economic nul.

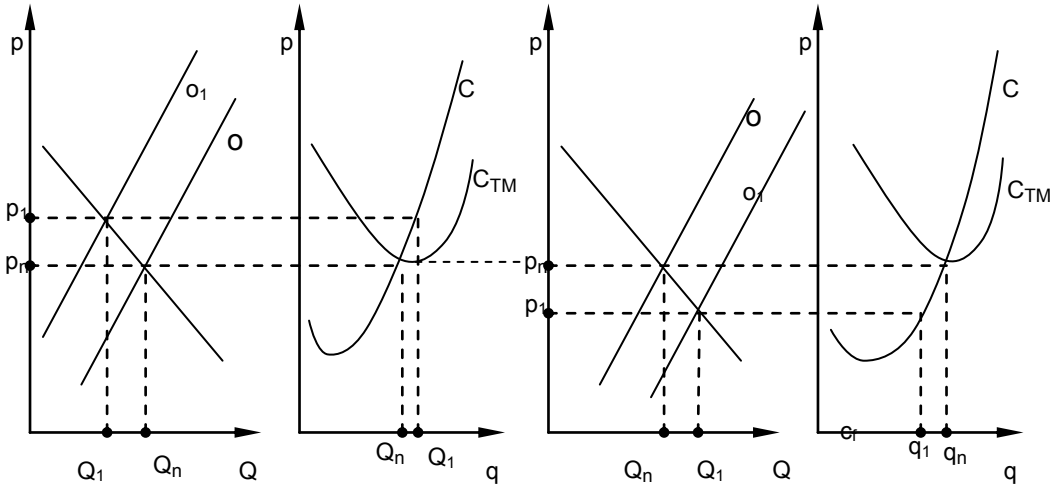
Întrucât cheia înţelegerii echilibrului pe termn lung este intrarea şi ieşirea pe şi de pe piaţă, vom extinde analiza acestei caracteristici esenţiale ale piaţei perfecte. Efectul intrării în ramură şi, în aceeaşi măsură, al ieşirii din ramură, constă în modificarea ofertei de piaţă, a preţului de echilibru şi implicit, a profiturilor realizate de firmele participante. Astfel, în

ramurile cu un profit atractiv la intrare, venirea noilor frme, motivate de existenţa unor supraprofituri, are ca efect creşterea ofertei totale şi, drept urmare, reducerea preţului pieţei.

Să ne reamintim...

Condiţia de echilibru al firmei pe termen lung constă în egalitatea preţului (p) cu costul marginal (C_m) şi cu costul mediu pe termen lung (C_{MLmin}): $\boldsymbol{p = C_m = C_{ML\ min.}}$ *Egalitatea costului marginal cu costul mediu pe termen lung se realizează numai la nivelul minim al acestuia din urmă, iar linia preţului este tangentă în punctul de intersecţie al C_{ML} de către C_m, se deduce că la echilibrul pe termen lung, firmele nu mai obţin profit economic ,fiind cunoscută şi drept condiţia sau regula profitului economic nul.*

După cum se observă în graficul din Figura 8.6. (partea stângă a figurii) intrarea în ramură determină deplasarea curbei ofertei spre dreapta (de la o_1 la o_n) şi , odată cu aceasta, reducerea preţului (de la p_1 la p_n). Intrarea noilor firme se va produce atâta timp cât există motivaţia atragerii lor (supraprofiturile) şi va înceta când profiturile economice vor fi nule. Această ultimă situaţie corespunce punctului de minim al costului mediu pe termen lung.



a) Intrarea în ramură b) Ieşirea din ramură

Figura 8.6. Echilibrul pe termen lung

La acelaşi rezultat se ajunge dacă procesul se desfăşoară în sens invers, al ieşirii firmelor din ramură, motivate, de această dată de înregistrarea pierderilor sau a unor profituri sub cele normale. În acest caz curba ofertei pieţei se deplasează spre stânga, iar preţul este împins în sus (vezi graficele din partea dreaptă a Figurii 8.6.). Ieşirea firmelor de pe piaţă va continua până când preţul va fi egal cu minimul C_{ML}, iar profiturile firmelor rămase în ramură vor creşte până ce vor egala profitul normal.

Procesul ajustării profiturilor obţinute de către firme la nivelul profitului normel, ca urmare a liberei intrări şi ieşiri pe şi de pe piaţă, se manifestă ca tendinţă în timp şi trebuie interpretată ca atare. Dar aceasta nu înseamnă că economia ajunge în cele din urmă într-un echilibru static, astfel încât nici o firmă nu mai realizează profit economic sau supraprofit. Economia de piaţă este o realitate complexă şi dinamică unde, în orice perioadă, într-o economie sau alta se întâlnesc firme care obţin supraprofituri, deasupra profitului normal, după cum vor există şi firme ale căror profituri realizate sunt sub nivelul celui normal sau care înregistrează pierderi şi chiar dau faliment.

Pe de altă parte, după cum se cunoaşte, caracteristice economiei contemporane sunt structurile de piaţă cu concurenţă imperfectă. Aceste structuri sau tipuri de pieţe, împreună cu monopolul, fac obiectul analizei capitolului care urmează.

Explicaţi de ce o firmă poate să-şi continuie activitatea pe termen scurt, chiar dacă înregistrează pierderi.

.....

.....

.....

03:15

Rezumat

- Piaţa reprezintă spaţiul economic în care se exprimă şi se întâlnesc cererea şi oferta, ai caror purtători sunt agenţii economici în calitate de cumpărători şi de vânzători.
- **Preţul**, care exprimă cantitatea de bani ce trebuie platită la un moment dat, pe o anumită piaţă, pentru achizitionarea unei unităţi dintr-un bun economic îndeplineşte următoarele funcţii principale: funcţia de măsurare a activităţii economice, de informare, de distribuire a veniturilorsi cea de stimulare.
- În economia de piaţă există atât preţuri libere, cât şi preţuri reglementate (rezultate pe baza unor reglementări ale administraţiei publice) şi preţuri administrate (rezultatul influenţei politicilor marilor firme – monopoluri, ologopoluri).
- Concurenţa este o manifestăre a iniţiativei private şi reflectă acel comportament interesat al agenţilor economici care, prin acţiunile întreprinse şi respectând regulile de joc ale pieţei, caută de fiecare dată să dobândească maximum de avantaje.

- Concurenţa perfectă reprezintă un model teoretic, ideal, care presupune întrunirea concomitentă a următoarelor condiţii: atomicitatea cererii şi ofertei, omogenitatea produselor, accesul liber pe piaţă, transparenţa informaţiilor, mobilitatea perfectă a factorilor de producţie.
- În ceea ce priveşte echilibrul,trebuie să evităm confuzia între echilibrul pieţei, care este atins atunci când curba cereii pieţei intersectează curba ofertei şi echilibrul firmei, care este atins pe termen scurt este îndeplinită condiţia: Cmg=Vmg=p

03:30

Test de evaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 20 de minute

1. Care este rolul concurenţei în economia de piaţă şi de ce ea trebuie protejată?
2. Prezentaţi diferenţa dintre concurenţa loială şi cea neloiala.Exemplificaţi.
3. Analizaţi principalele funcţii ale preţului în economia de piaţă concurenţială.
4. Enumeraţi condiţiile concurenţei perfecte.
5. Reprezentaţi grafic echilibrul pieţei cu concurenţă perfectă dacă cererea scade.
6. Precizaţi condiţia de echilibru pe termen lung pentru o firmă care acţionează pe o piaţă cu concurenţă perfectă.

Test de autoevaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 15 minute

1. Concurenţa se desfăşoară normal atunci când:

a) orice cumpărător poate să caute şi să aleagă vânzătorul cu mărfuri corespunzătoare nevoilor lui;

b) preţurile sunt libere;
c) există mulţi vânzători şi mulţi cumpărători;
d) metodele de vânzare sunt în concordanţă cu normele în vigoare;
e) toate cele de mai sus.

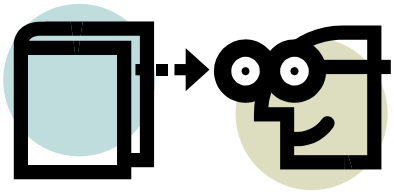
2. Dacă preţul pieţei este mai mare decât preţul de echilibru, atunci piaţa se va caracteriza prin;
a) echilibrul cererii cu oferta;
b) excedent de cerere;
c) deficit de ofertă;
d) excedent de ofertă.

3. Care din următoarele aspecte indică faptul că o firmă operează în condiţiile unei concurenţe perfecte:
a) costul marginal este egal cu venitul marginal;
b) curba cererii este perfect elastică;
c) venitul mediu este egal cu costul variabil mediu;
d) a şi b.

4. Dacă venitul marginal este egal cu costul marginal, profitul firmei va fi:
a) minim;
b) maxim;
c) nul;
d) variabil.

5. Care din elementele de mai jos caracterizează concurenţa perfectă
a) atomicitatea cererii şi a ofertei;
b) diversitatea ofertei;
c) preţuri de monopol;
d) bariere la accesul pe piaţă.

Răspunsuri: 1. e; 2. d; 3. b; 4. b; 5. a.



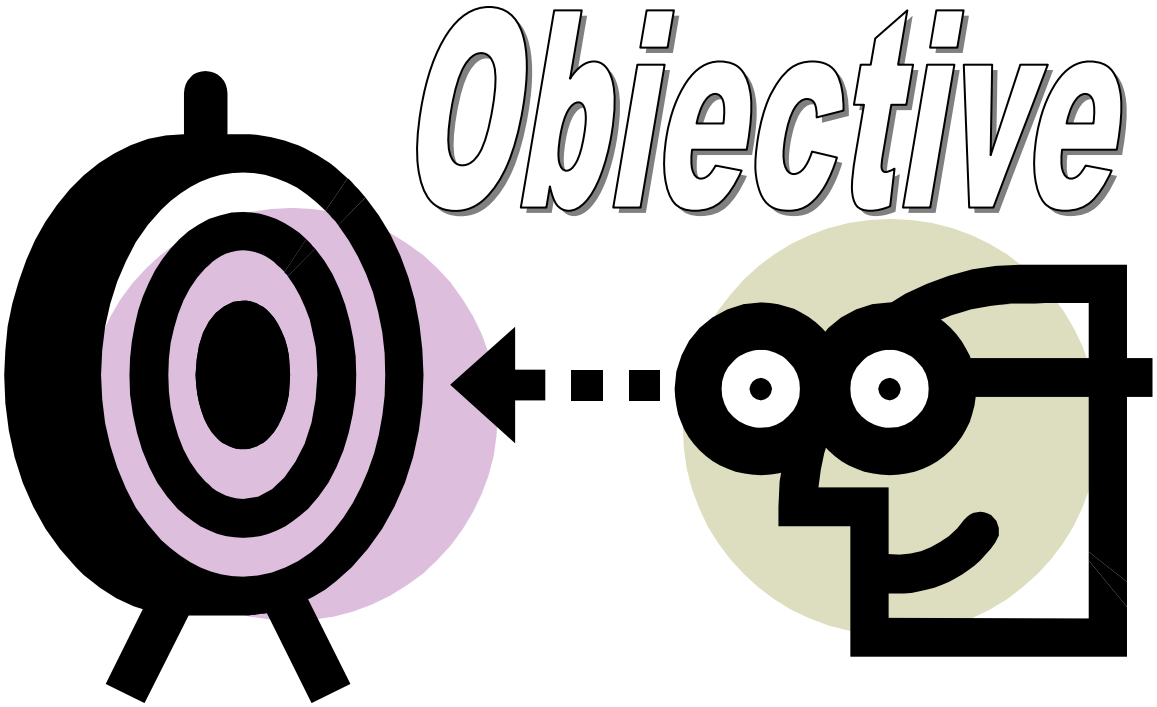
Bibliografie

1. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Economie, Ediţia a VIII-a, Editura Economica, Bucureşti, 2009
2. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Dicţionar de Economie, Ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 2003
3. Dudian Monica, coordonator – Economie, Editura C. H. Beck, Bucureşti, 2006
4. Frois G.A. - Economie politică, Editura Humanitas, Bucureşti, 1994
5. Housman D. - Filosofia ştiinţei economice. Antologie, Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
6. Lipsey R., Chrystal A. - Economia pozitivă, Editura Economică, Bucureşti, 1999
7. Manea G. Iliescu E.M. - Microeconomie, Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 2006
8. Popescu C., Ciucur D., Gavrilă I., Popescu Ghe. - Teorie economică generală. Vol. I. Microeconomie , Ediţia a doua, Editura ASE, Bucureşti, 2008
9. Stiglitz J.,. Walsh C. – Economie, Editura Economică, Bucureşti, 2005
10. Varian Hal - Intermediate microeconomics, a modern approach, W.W. Norton, USA, 2006

Unitatea de învăţare 9. Monopolul, concurenţa monopolistică şi oligopolul

Cuprins

9.1 Monopolul
9.2 Concurenţa monopolistică
9.3 Oligopolul
9.4 Politici guvernamentale de preţuri



- Cunoaşterea caracteristicilor şi variabilelor monopolului ca structură de piaţă aflată la antipodul celei perfect competitive;
- Studierea şi înţelegerea structurilor de piaţă aflate între concurenţa perfectă şi monopol;
- Evidenţierea modului în care firmele se implică în formarea preţurilor pe pieţele cu concurenţă imperfectă şi comportamentul acestora;
- Examinarea interdependenţelor dintre firme în cadrul oligopolului şi reliefarea cazurilor de confruntare şi cooperare dintre acestea;
- Evidenţierea modalităţilor de intervenţie a guvernului în procesele de formare a preţurilor şi a consecinţelor acestei implicări.

Introducere

Analiza monopolului este indispensabilă pentru întelegerea structurilor pieţei cu concurenţă imperfectă - concurenţa monopolistică şi oligopolul.

Monopolul se află la polul opus concurenţei perfecte. Dar, cum nici una din cele două structuri extreme nu caracterizează economia modernă, structurile de piaţă dominante în ţările dezvoltate economic sunt cele intermediare, denumite prin sintagma « concurenţa imperfectă ».

00:00

9.1 Monopolul

Caracteristicile monopolului. Piaţa de monopol este diametral opusă pieţei cu concurenţă perfectă şi se defineşte prin existenţa unui singur producător-ofertant (monopol), sau prin existenţa unui singur cumpărător (monopson). În ambele cazuri, piaţa de tip monopol reflectă o situaţie în care un agent economic dispune de o putere absolută asupra unei pieţe, fie prin controlul asupra întregii oferte a unui produs, fie prin controlul asupra întregii cereri pentru o anumită marfă. Dacă monopolul intră în relaţii de schimb cu un singur cumpărător (monopson), structura pieţei este de forma monopol-monopson.

Timp necesar: 180 minute

După parcurgerea unităţii veţi fi în măsură să răspundeţi la întrebările:

- **Ce este monopolul ?**
- **Ce situaţii de concurenţă imperfectă există în economiile moderne?**
- **Care sunt condiţiile de maximizare a profitului pentru firmele ce acţionează pe aceste pieţe?**
- **Ce politici guvernamentale de preţuri pot fi întâlnite în economia de piaţă?**

Caracteristicile şi consecinţele pieţei monopoliste sunt analizate pentru monopol, care înseamnă un singur producător ofertant pe o anumită piaţă (de la cuvintele greceşti « mono » care înseamnă unu, şi « polist » care înseamnă vănzător). Această situaţie în care producţia unei întregi ramuri este produsă şi vândută de un singur producător numit monopolist sau firmă monopolistă, poate apare ca urmare a unor restricţii sau bariere de intrare în ramură, care pot fi naturale sau create şi acceptate oficial. Barierele naturale sunt în principiu rezultatul acţiunii economiilor de scară în acele ramuri unde tehnologiile şi condiţiile cererii fac ca o singură mare firmă să poată acoperi eficient costurile totale.

Exemple : Monopoluri naturale se întâlnesc de regulă în domeniile serviciilor poştale şi de telefonie fixă, furnizorii de energie electrică, distribuţiei gazelor etc.

În schimb, **monopolurile protejate** sunt rezultatul unor bariere de intrare create prin legile care vizează protecţia

invenţiilor şi inovaţiilor, conferind doar firmei deţinătoare a patentului, unicul drept legal de a produce şi comercializa un anumit produs, pentru o anumită perioadă de timp.

Existenţa reală a monopolurilor, este o problemă controversată. Noile progrese înregistrate în domeniul tehnologiilor au făcut ca şi monopolurile naturale să piardă teren (spre exemplu, apariţia telefoniei mobile). Pe termen lung, nici o firmă nu poate fi la adăpost de concurenţă. De fapt, monopolul pur sau perfect nici nu există, după cum nu există nici o piaţă cu concurenţă pură sau perfectă. Ca să existe **monopol pur** trebuie ca firma să producă şi să comercializeze singură un anumit produs pe piaţă, să nu aibă de suportat concurenţa internă sau externă (imposibilitatea intrării de noi firme pe piaţa monopolizată datorită existenţei barierelor de natură economică sau administrativ-juridică) ; totodată, bunul comercializat să nu aibă nici un fel de substituienţi apropiaţi, condiţii greu de îndeplinit într-o economie de piaţă dezvoltată şi diversificată.

Variabilele monopolului. În condiţiile pieţei de monopol, formarea preţului nu mai constituie un factor exogen firmei, puterii de piaţă şi deciziei producătorului. Aflată în pozitia de unic producător si vănzător al unui singur produs, firma monopolistă poate controla piaţa în sensul determinării cantităţii oferite şi a preţului care să-i asigure profituri maxime.

Pentru a întelege modul cum o firmă monopolistă stabileşte simultan preţul şi cantitatea produsă şi oferită pe piaţă, trebuie să analizăm mai întâi anumite variabile specifice monopolului, cum sunt cererea, venitul mediu, încasarea sau venitul marginal, s.a.

Spre deosebire de piaţa cu concurenţă perfectă unde cererea pentru firma individuală se disociază de cererea pieţei, în cazul monopolului, această disociere nu mai are loc, întrucăt firma monopolistă este singurul producător al bunului respectiv. Curba cererii firmei monopoliste este identică cu curba pieţei şi apare ca o funcţie descrescătoare de preţ (are panta negativă). Firma poate să decidă asupra nivelului preţului de vânzare a produsului său, dar aceasta va influenţa cantitatea cerută pe piaţă din produsul respectiv. În această situaţie, încasarea marginală sau venitul marginal (V_m) nu mai este egal cu venitul mediu (V_M) si respectiv preţul de vânzare.

Exemple : Relaţiile dintre variabilele specifice monopolului sunt evidenţiate pe baza unui exemplu ipotetic în Tabelul 9.1.

Tabelul 9.1. Relaţiile dintre variabilele monopolului

Producţie (unităţi) Q	**Preţ (lei/unite) p**	**Venitul tota** $V_T = Q \cdot p$	**Venitul mediu** $V_M = \frac{V_T}{Q}$	**Venitul marginal** $V_m = \frac{\Delta V_T}{\Delta Q}$
0	130	-	-	-
1	120	120	120	120
2	110	220	110	100
3	100	300	100	80
4	90	360	90	60
5	80	400	80	40
6	70	420	70	20
7	60	420	60	0
8	50	400	50	-20

Curbele acestor variabile sunt ilustrate in graficele din Figura 9.1.

Datele din Tabelul 9.1. redau relaţiile existente între cantitatea produsă, preţul de vânzare şi veniturile monopolului, pornind de la o funcţie a cererii de tip liniar. După cum se observă, opţiunea firmei monopoliste pentru un anumit nivel al preţurilor influenţează cantitatea cerută pe piaţă şi, în consecinţă, încasările sau veniturile sale. Astfel, pe masură ce firma reduce preţul pentru a vinde o cantitate mai mare, încasarea obtinută pe fiecare unitate de produs scade. Curba venitului mediu are, deci, panta negativă şi este identică cu curba cererii, care taie axa ordonatei în punctul unde Q = 0 şi abcisa în punctul unde p = 0 (vezi Figura 9.1.).

Venitul marginal în cazul monopolului nu mai este egal cu preţul şi este inferior venitului mediu. V_{mg} este egal cu preţul, minus pierderea datorată reducerii preţului şi de la unităţile anterioare pentru a vinde o unitate suplimentară din produsul respectiv. De aceea, pe masură ce se adaugă suplimente, decalajul dintre V_{mg} şi preţ (şi implicit V_M) creşte. Când curba cererii este o dreaptă, ca în exemplul ilustrat în graficul din Figura 9.1, atunci curba V_{mg} va intersecta abcisa la jumtatea distanţei faţă de punctul de intersecţie al curbei V_M.

Curba Vt este o parabolă (are forma unui clopot) care porneste din punctul de origine (pentru Q = 0, V_t = 0), atinge nivelul maxim în punctul în care E_{cp} = 1, (când V_{mg} = 0) după care coboară către zero, când p = 0. Această evoluţie, la inceput ascendentă şi apoi descendentă a curbei venitului total, este dată de relaţia existentă între elasticitatea cererii la preţ şi venitul marginal. Deoarece firma monopolistă se confruntă cu o curbă a cererii cu pantă negativă, V_{mg} este întotdeauna mai mic decât preţul la care îşi vinde producţia ; în funcţie de elasticitatea cererii la preţ, V_{mg} poate avea atât valori pozitive, cât şi valori negative.

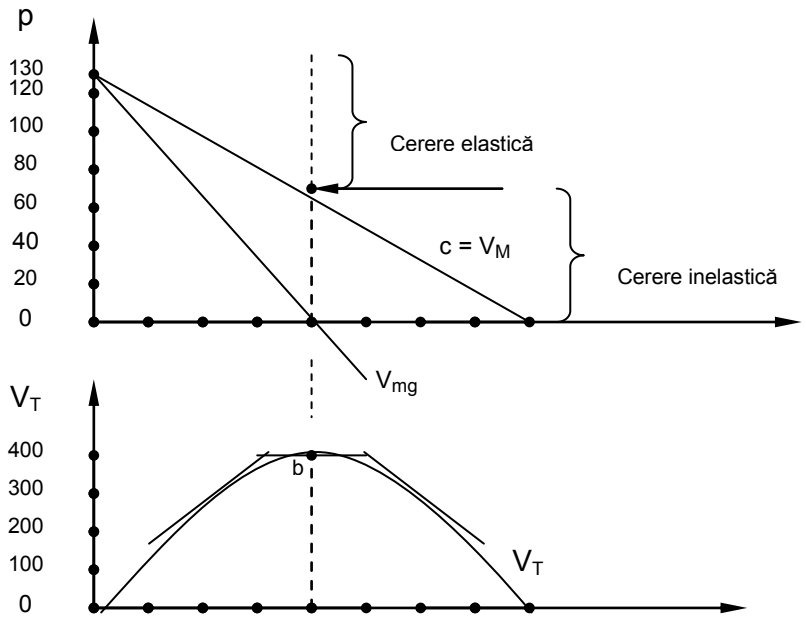
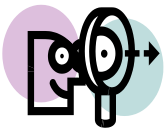


Figura 9.1. Curbele venitului total, mediu şi marginal

Venitul marginal este pozitiv când cererea este elastică faţa de preţ, este nul când cererea are elasticitate unitară şi este negativ când cererea este inelastică. După cum se observă în reprezentarea grafică din Figura 9.1, pentru nivelurile de producţie situate în intervalul în care curba cererii este elastică, V_t creşte pe masură ce se vând mai multe unităţi; în acest interval ($E_{cp} > 1$), venitul marginal este pozitiv ($V_{mg} > 0$). Dimpotrivã, corespunzãtor nivelurilor de productie situate în intervalul pentru care curba cererii este inelastică, V_T scade pe măsură ce se vãnd mai multe unitãţi, în acest interval ($E_{cp} < 1$) venitul marginal este negativ ($V_{mg} < 0$).

Se desprinde astfel, concluzia că firma monopolistă nu va opera niciodată în intervalul nivelurilor de producţie pentru care curba cererii este inelastică. Scopul ei este să maximizeze profitul obţinut.



Să ne reamintim...

Aflată în pozitia de unic producător si vănzător al unui singur produs, firma monopolistă poate controla piaţa în sensul determinării cantităţii oferite şi a preţului care să-i asigure profituri maxime.

Curba cererii firmei monopoliste este identică cu curba pieţei şi apare ca o funcţie descrescătoare de preţ (are panta negativă). Firma poate să decidă asupra nivelului preţului de vânzare a produsului său, dar aceasta va influenţa cantitatea cerută pe piaţă din produsul respectiv.

Echilibrul firmei-monopol. Întrucât monopolul este singurul producător într-o ramură sau industrie, nu mai este nevoie să delimitam echilibrul firmei de cel al ramurei sau pieţei, ca în cazul concurenţei perfecte. Firma monopol este industria iar echilibrul firmei este în fapt echilibrul industriei.

Pe de altă parte, dacă în cazul concurenţei perfecte producătorul poate opta numai asupra cantităţii pe care o produce (maximinizându-şi profitul la acel nivel al producţiei unde $C_m = p$), firma monopolistă decide atât asupra cantităţii oferite cât şi a preţului de vânzare a produsului. Ea va fi în poziţie de echilibru atunci când nu mai are interesul să modifice nici preţul de vânzare, nici cantitatea produsă.

Pentru a evidenţia modul cum o firmă monopolistă îşi poate maximiza profitul şi obţine punctul de echilibru, vom corela informaţiile referitoare la venituri cu cele privind costurile implicate de producţia sa. Datele ipotetice din Tabelul 9.2. evidenţiază atât efectele binomului cantitate-preţ asupra veniturilor (totale si marginale) firmei, cât şi evoluţia costurilor (totale şi marginale) în raport de nivelurile producţiei. Punând în ecuaţie veniturile cu costurile corespunzatoare obţinem profitul firmei.

Exemplul ipotetic prezentat în Tabelul 9.2. arată că firma monopolistă obţine profitul maxim la un nivel al producţiei (de 5 unităţi) şi al preţului (de 80 u.m) la care se realizează cea mai mare diferenţă între venitul total şi costul total ($V_t - C_t = Pr \Rightarrow 400 - 350 = 50$).

Tabelul 9.2. Obţinerea profitului maxin de către firma monopolistă

Q	p	V_T	V_m	C_T	C_m	Profit total	
0	130	-	-	200	-	-205	$V_m > C_m$
1	120	120	120	235	35	-120	
2	110	220	100	260	25	-45	
3	100	300	80	280	20	+20	
4	90	360	60	310	30	+45	
5	*80*	*400*	*40*	*350*	*40*	*+50*	$V_m = C_m$
6	70	420	20	400	50	+20	
7	60	420	0	465	65	-45	
8	50	400	-20	545	80	-145	
9	40	360	-40	640	95	-280	
10	30	300	-60	750	110	-450	$V_m < C_m$

Observăm totodată, că la acest nivel al producţiei (numită producţie optimă a monopolului) şi al preţului (numit şi preţul de echilibru al monopolului) sporul de venit provenit din vânzarea unei unităţi suplimentare este egal cu suplimentul de cost generat de producerea ei ($40V_m = 40C_m$). Când $V_{mg} > C_m$, pentru a obţine profituri suplimentare şi pentru a spori profitul total, monopolul va creşte volumul producţiei şi al ofertei. În schimb, monopolul va restrânge volumul activităţii când $V_{mg} < C_m$, aceasta însemnând pentru el profituri marginale negative şi implicit o diminuare a profitului total.

Maximizarea profitului monopolului are loc, aşadar, la acel nivel al producţiei şi al preţului la care venitul marginal este egal cu costul marginal ($V_{mg} = C_m$). Aceste nivele ale binomului cantitate-preţ definesc echilibrul monopolului, întrucât orice modificare a lor determină reducerea profitului.

Condiţia sau **regula maximizării profitului monopolului** $V_{mg} = C_m$, este in principiu asemănătoare cu cea a echilibrului firmei care acţionează pe o piaţă cu concurenţă perfectă. Ne reamintim că la analiza acestei structuri de piaţă, o firmă perfect competitivă care urmăreşte să-şi maximizeze profitul ajunge în punctul de echilibru la acel nivel al producţiei unde costul marginal este egal cu încasarea sau venitul marginal, şi care este mereu egal cu preţul ($C_m = V_{mg} = p$). În cazul monopolului, după cum s-a văzut când am analizat curbele veniturilor sale, încasarea marginală nu mai este egală cu preţul; faţă de acesta din urmă, V_{mg} este întotdeauna mai mic şi poate fi şi negativ. Se înţelege că atunci când egalează V_m cu C_m, ambele variabile sunt mai mici decât preţul pe care îl cere pentru producţia sa.

Rezultă astfel, că o firmă monopolistă când se află în echilibru, corespunzătoare regulii maximizării profitului $V_{mg} = C_m$, atunci costul marginal este întotdeauna mai mic decât preţul la care vinde producţia obţinută. Această ipoteză, valabilă pentru toate firmele (altele decât cazul concurenţei perfecte) care se confruntă cu o curbă a cererii cu pantă negativă (ceea ce s-a numit un căutător de preţuri „prices searcher"), este observată şi în ilustrarea grafică a echilibrului monopolului.

În Figura 9.2. sunt reprezentate pe baza aceloraşi date ipotetice curbele costului şi ale venitului monopolului.

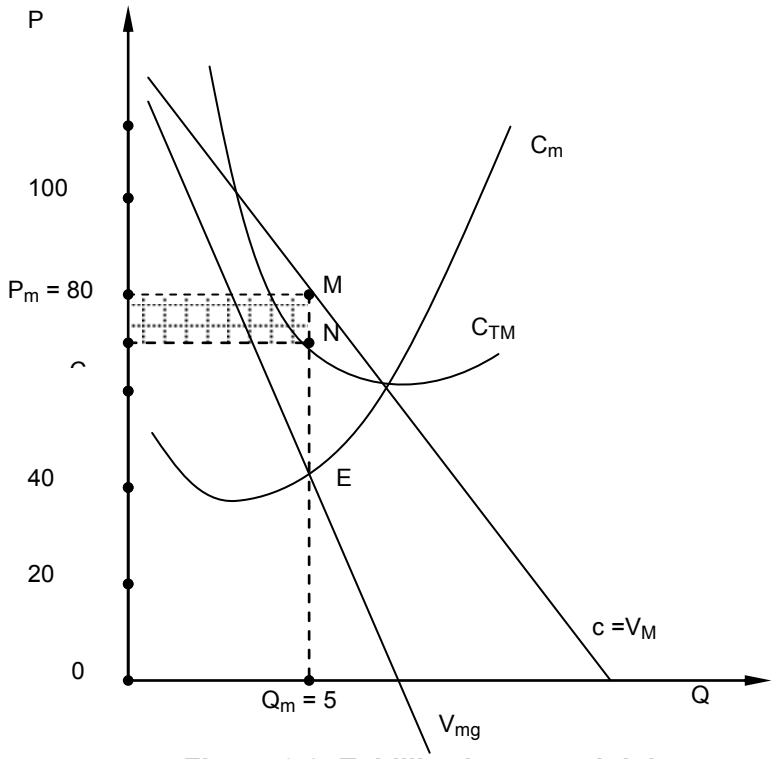


Figura 9.2. Echilibrul monopolului

Potrivit condiţiei de maximizare a profitului ($V_{mg} = C_m$), echilibrul monopolului este dat de punctul de intersecţie intre curba costului marginal şi dreapta venitului marginal. Abcisa acestui punct de intersecţie (E) indică nivelul **producţiei optime** sau de echilibru al monopolului (Q_m). Acest nivel al producţiei ($Q_m = 5$) care asigură profitul maxim al firmei monopoliste este vânduta la un preţ de echilibru ($P_m = 80$), cunoscut sub numele de **preţ de monopol**; el reprezintă ordonata punctului M situat pe curba cererii corespunzator producţiei optime ($Q_m = 5$). Observăm că atunci când egalează venitul marginal, costul marginal este mai mic decât preţul de monopol ($40C_m < 80P_m$).

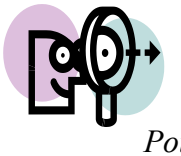
Preţul de monopol este, de regulă, mai mare decât costul total mediu. Diferenţa o reprezintă supraprofitul (peste profitul normal inclus în costuri) sau **profitul de monopol.** În exemplul ipotetic ilustrat în Figura 9.2., profitul de monopol este reprezentat de aria dreptunghiului haşurat (CP_mMN).

În orice industrie sau ramură de activitate existenţa supraprofitului exercită o atracţie pentru noi firme de a pătrunde în ramură, după cum persistenţa pierderilor constituie motivaţia ieşirii din ramură. Dacă firma de monopol suferă pierderi pe termen scurt, ea va continua să funcţioneze atâta timp cât îşi poate acoperi costurile variabile. În schimb, pe termen lung, ca şi în cazul concurenţei perfecte, firma va părăsi industria monopolizată dacă nu-şi poate ajusta intrările de factori astfel încât să-şi acopere toate costurile sale. De aceea condiţia de echilibru pe termen lung a monopolului este egalitatea costului marginal cu venitul marginal, dar şi cu costul total mediu ($V_{mg} = C_m = C_{TM}$).

Ceea ce caracterizează profiturile obţinute de firmele monopoliste este nu atât nivelul lor mai ridicat (peste profitul lor normal), cât mai ales persistenţa lor pe termen lung. După cum cunoaştem din capitolul precedent, profituri suplimentare sau supraprofituri obţin

şi unele firme perfect competitive, dar intrarea liberă în ramură şi mecanismul de ajustare pe termen lung împing aceste profituri spre zero; în măsura în care se obţin aceste profituri suplimentare, ele sunt vremelnice, au un caracter efemer. Dimpotrivă, prin definiţie, monopolurile operează în condiţiile unor bariere (naturale sau administrativ-juridice) la intrare în ramura monopolizată. Atâta timp cât aceste bariere sunt efective şi eficiente în calea intrării noilor competitori în ramura monopolizată, firmele de monopol obţin supraprofituri pe termen lung.

Profitul de monopol se caracterizează, aşadar, prin persistenţa sa pe termen lung, fapt pentru care este cunoscut şi sub denumirea de rentă de monopol. Într-o anumită măsură, el reprezintă echivalentul reducerii surplusului consumatorului, surplus pe care cumpărătorii l-ar obţine dacă bunul produs s-ar vinde la un preţ egal cu costul marginal şi nu cu preţul de monopol.



Să ne reamintim...

Potrivit condiţiei de maximizare a profitului ($V_{mg} = C_m$), echilibrul monopolului este dat de punctul de intersecţie intre curba costului marginal şi dreapta venitului marginal.

Ceea ce caracterizează profiturile obţinute de firmele monopoliste este nu atât nivelul lor mai ridicat (peste profitul lor normal), cât mai ales persistenţa lor pe termen lung.

Preţul de monopol este, de regulă, mai mare decât costul total mediu. Diferenţa o reprezintă supraprofitul (peste profitul normal inclus în costuri) sau profitul de monopol.

Monopolul poate practica acelaşi nivel al preţului de monopol pentru întreaga cantitate vândută sau poate practica preţuri diferenţiate – aşa-numitele **preţuri discriminatorii**. Nu toate diferenţele de preţuri reprezintă preţuri discriminatorii, deoarece acelaşi produs vândut în momente diferite, în locuri diferite sau în cantităţi diferite, pot avea preţuri diferite. Discriminarea prin preţuri apare atunci când practicarea unor preţuri diferite nu este datorată diferenţelor de costuri şi dacă sunt îndeplinite două condiţii : imposibilitatea revinderii produsului de către cumpărători; posibilitatea firmei monopoliste de a delimita unităţile individuale achiziţionate de acelaşi cumpărător sau de a separa cumpărătorii în categorii distincte în funcţie de elasticitatea cererii lor la preţ. Atunci când aceste condiţii pot fi îindeplinite, monopolul practică preţuri diferite în funcţie de elasticitatea cererii pe segmentele respective ale pieţei, în aşa fel încât să preia cât mai mult din surplusul consumatorului. Discriminarea perfectă prin preţuri are loc atunci când întregul surplus al consumatorului este preluat de firma monopolistă.

0:50

9.2 Concurenţa monopolistică

După cum s-a mai arătat, structurile dominante ale pieţei în economia reală sunt cele ale concurenţei imperfecte. Un segment important al acesteia este concurenţa monopolistică.

Structura pieţei cu concurenţă monopolistică se defineşte prin existenţa unui număr mare de producători care oferă produse similare dar diferenţiate. Ea prezintă elemente ce aparţin celor două structuri de piaţă dimetral opuse, concurenţa perfecta, pe de o parte, şi monopolul pe de altă parte ; de aici şi numele de « concurenţa monopolistică ». Se întâlneşte frecvent în economia contemporană, în domeniile în care bunurile oferite pe piaţă, deşi similare (privesc aceeaşi cerere a consumatorilor) sunt diferenţiate şi provin de la un număr mare de firme din industrii şi ramuri, cum ar fi: textile, incălţăminte, electronică, produse cosmetice, restaurante, turism, etc.

Caracteristicile concurenţei monopolistice. Piaţa cu concurenţă monopolistică se caracterizează, în primul rând, ca şi concurenţa pefectă, prin atomicitatea pieţei: număr mare de producători (firme) de putere economică redusă şi apropiată. Fiecare producător satisface o parte din cererea pieţei (maxim câteva procente) iar produsul oferit este similar celor vândute de alte firme, dar substituirea nu este perfectă. Aceasta întrucât fiecare firmă se distinge de celelalte printr-o serie de proprietăţi intrinseci sau extrinseci imprimate produsului (mărcii) său oferit pe piaţă.

Diferenţierea produsului vândut pe piaţâ reprezintă cea mai evidentă caracteristică a pieţei cu concurenţă perfectă. Diferenţele pot fi reale (de calitate, performanţe, design, etc.) sau imaginare, de percepţie prin influenţarea consumatorilor. Atât diferenţele calitative, intrinseci ale produsului, cât si cele de prezentare, creditare sau cele legate de serviciile post-vânzare tind să atragă sau să consolideze fidelitatea clientilor, prevenind astfel situaţiile în care cumpărătorii părăsesc vânzatorii la orice modificare, oricât de mică, a preţului. În condiţiile unor preţuri echivalente, consumatorii vor rămăne fideli unui anumit producător-vânzător datorită amplasamentului, calităţii produsului sau unor avantaje oferite după vânzare. Alături de variabilele tradiţionale ale concurenţei (preţul şi cantitatea) competiţia prin produse (prin diferenţierea produselor sau a mărcilor) constituie un element esenţial al concurenţei în economia contemporană de piaţă .

Accesul relativ liber în ramură (absenţa barierelor la intrarea în ramură şi pe piaţa respectivă) a unor noi potenţiali competitori reprezintă o altă trăsătură a concurenţei monopolistice, trăsătura ce o apropie, din acest punct de vedere, de concurenţa perfectă. Intrarea în ramură nu este însa la fel de liberă ca în cazul acesteia din urmă. Pentru a pătrunde în ramură, noile firme trebuie să-şi creeze o imagine favorabilă (să-şi facă un nume) şi să atragă o parte din clientela, relativ fidelă, a firmelor care deja operează pe piaţă. **Echilibrul firmei monopolistice şi influenţa factorului timp.** Pe piaţa monopolistică fiecare firmă beneficiază, prin diferenţierea produsului său, de o anumită poziţie de monopol, dar de un anumit fel si limitată, pentru că rămăne supus concurenţei celorlalţi competitori care oferă produse similare sau substituibile. Important este că marca produsului sau alte elemente de diferenţiere a acestuia conferă firmei respective o anumită libertate de a-şi ajusta concomitent cantitatea şi preţul, în aşa fel încât să-şi maximizeze profitul.

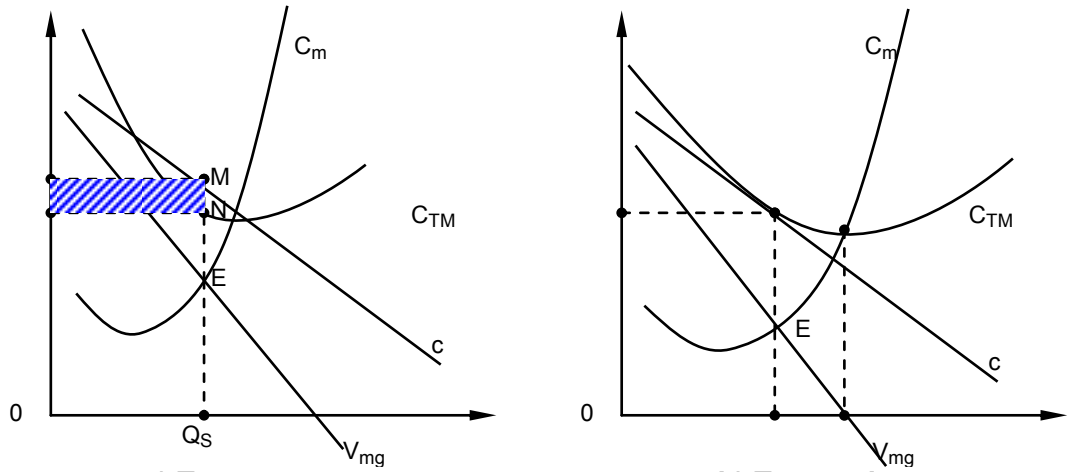


Figura 8.3. Echilibrul firmei în condiţiile concurenţei

Cu alte cuvinte, firma care operează pe piaţa cu concurenţa monopolistică este mai mult un căutător de preţ şi se confruntă, ca şi monopolul, cu o curbă a cererii cu pantă negativă: volumul vânzărilor sale poate să crească dacă reduce preţul şi invers, dacă firma creşte în anumite limite preţul produsului, dar trebuie să ţină seama că volumul vânzărilor sale va scade. Intrucât produsele similare vândute de alte firme oferă multe substitute apropiate (efectul de substituire este puternic) firma pe piaţa cu concurenţă monopolistică se confruntă cu o curbă a cererii foarte elastică, dar nu perfect elastică, ca în cazul concurenţei perfecte.

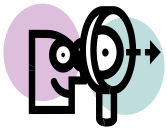
În graficele din Figura 9.3. este ilustrată poziţia de echilibru (pe termen scurt şi pe termen lung) a firmei pe o piaţă cu concurenţă monopolistică. Pe termen scurt, situaţia acestei firme este similară cu cea a monopolului, punctul de echilibru (E) fiind determinat de intersecţia curbei costului marginal (C_m) cu cea a venitului marginal. Maximizarea profitului se realizează (în mod analog cazului monopolului) la acel volum al producţiei la care se îndeplineşte *condiţia de echilibru pe termen scurt*: $C_m = V_{mg}$. La acest nivel optim al producţiei (Q_S) preţul de echilibru (ordonata punctului M de pe curba cererii) este mai mare decât costul mediu ($P_s > C_{TM}$). Ca urmare, firma obţine, pe langă profitul normal inclus în costuri, şi un supraprofit (suprafaţa haşurată CP_SMN din Figura 9.3.a).

Pe termen lung, datorită existenţei supraprofiturilor şi absenţei barierelor la intrare in ramură, noi firme vor avea tendinţa de a pătrunde în industria şi pe piaţa respectivă, oferind produse similare. Intrarea noilor firme va face treptat ca cererea pieţei (pentru produsul ramurii) să fie împărţită între tot mai multe firme ; noii intraţi reuşesc să capteze o parte a clientelei de la firmele deja existente. In consecinţă, curba cererii pentru produsul fiecarei firme existente se deplasează în jos şi spre stânga. Ajustările în ramura pe termen lung vor continua până când curba cererii firmei devine tangentă la costul total mediu iar supraprofitul dispare, după cum se arată în graficul din partea (b) a Figurii 9.3.

Atunci când o industrie sau ramură competitiv monopolistică se află în echilibru pe termen lung, fiecare firmă va produce la acel nivel al producţiei corespunzător punctului în care curba cererii este tangentă la C_{TM} iar profiturile suplimentare devin nule. **Condiţia de echilibru pe termen lung** a firmei este tot egalitatea dintre venitul marginal şi costul

marginal ($V_m = C_m$), dar preţul devine egal cu costul total mediu ($p = C_{TM}$), fapt ce apropie concurenţa monopolistică de piaţa cu concurenţă perfectă

Egalitatea preţului cu costul total mediu se realizează însă nu la nivelul minimului C_{TM} şi, respectiv, al capacităţii de producţie al firmei, ci la un cost mediu mai ridicat. În ilustrarea grafică a echilibrului firmei pe termen lung se vede cum curba cererii devine tangentă la curba C_{TM} pe porţiunea descrescătoare a acesteia, nivelul producţiei optime (Q_L) fiind mai mic decât capacitatea de producţie a firmei (Q_C) care corespunde minimului costului mediu.



Să ne reamintim...

Piaţa cu concurenţă monopolistică se caracterizează, ca şi concurenţa pefectă, prin atomicitatea pieţei: număr mare de producători (firme), de putere economică redusă şi apropiată şi număr mare de cumpărători dar, de această dată produsele sunt diferenţiate.

Pe termen scurt, maximizarea profitului se realizează la acel volum al producţiei la care este îndeplinită condiţia de echilibru: $C_m = V_{mg}$.

Condiţia de echilibru pe termen lung a firmei este tot egalitatea dintre venitul marginal şi costul marginal ($V_m = C_m$), dar preţul devine egal cu costul total mediu ($p = C_{TM}$).

Rezultă aşadar, că, pe piaţa cu concurenţă monopolistică firmele operează în condiţiile unor capacităţi de producţie nefolosite sau în exces. Această situaţie este cauzată în principiu de intensificarea concurenţei prin competiţie de produse care caracterizează concurenţa monopolistică. Diversitatea de produse disponibile şi posibilitatea alegerii între produse diferenţiate argumentează aprecierea conform căreia concurenţa monopolistică este tipul de piaţă cu concurenţă imperfectă care satisface cel mai bine preferinţele consumatorilor.

01:15

8.3 Oligopolul

Piaţa de tip oligopol, cea de-a doua mare componentă a concurenţei imperfecte, se defineşte prin existenţa a câtorva firme producătoare (oligopol) sau a câtorva firme cumpărătoare (oligopson) care deţin cea mai mare pondere în producţia sau achiziţionarea unei anumite mărfuri. În analiza acestei structuri de piaţă cu concurenţă imperfectă ne interesează comportamentul purtătorului ofertei, respectiv al firmelor oligopoliste.

Cauzele şi caracteristicile oligopolului Oligopolul reprezintă o industrie sau o ramură de activitate dominată de câteva firme care produc şi vând cea mai mare parte a producţiei ramurii respective. Termenul de oligopol înseamnă „câţiva vânzători”, ceea ce în contextul analizei de faţă poate fi de 3, 5 sau chiar mai multe firme. Esenţial este faptul că fiecare firmă în parte deţine o fracţiune semnificativă din produsul total al industriei şi , prin deciziile luate, poate influenţa preţul şi alte variabile ale pieţei. Firmele oligopoliste au suficientă putere de piaţă pentru a nu fi în situaţia unui primitor de preţuri („price takers”), ca în cazul concurenţei perfecte. Ele îşi administrează preţurile, adică sunt în postura de a face

preţul („price maker”) sau de a căuta preţul („price searchers”) care să le aducă profitabilitatea maximă dorită.

Fenomenul dominaţiei unei industrii sau ramuri de activitate de câţiva competitori caracterizează, aşadar, prin definiţie, structura pieţei de oligopol. Prin această caracteristică ea se distinge atât de piaţa cu concurenţă perfectă şi cea monopolistică, care au mulţi competitori, cât şi de monopol, care, prin definiţie, nu are competitori.

În economiile ţărilor dezvoltate, oligopolul este structura de piaţă dominantă în majoritatea industriilor moderne producătoare de bunuri de consum (în principal de folosinţă îndelungată), precum şi a celor care produc bunuri de capital. Oligopolurile se întâlnesc şi în alte ramuri ale economiei, precum transporturile, comunicaţiile, sectorul bancar etc.

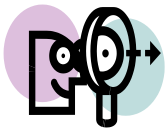
Exemple : Industriile oligopoliste pot fi de mai multe tipuri. Astfel, în unele ramuri, firmele oligopoliste produc şi vând pe piaţă un produs mai mult sau mai puţin omogen, cum este cazul petrolului, oţelului, aluminiului etc. De cele mai multe ori, produsul industriilor ologopoliste este diferenţiat, precun avioanele, autovehiculele, frigiderele, televizoarele, detergenţii şi multe alte bunuri de consum sau de capital.

Pe un alt plan, în unele industrii există doar câteva firme. În alte ramuri pot opera mai multe firme, dar sunt considerate industrii oligopoliste întrucât doar „cei câţiva mari” domină piaţa respectivă. Sunt şi alte aspecte prin care sunt diferenţiate oligopolurile care operează în economia modernă. Această varietate de situaţii a determinat o extindere a teoretizării cazurilor de ologopol din partea economiştilor, precum şi numeroase studii empirice referitoare la existenţa şi activitatea acestora în economia unor ţări.

Economiştii explică fenomenul dominaţiei multor industrii de câteva firme mari prin două categorii de factori. În prima categorie sunt incluşi aşa-numiţii factori „naturali” care privesc în principal economiile de scară sau eficienţa producţiei de scară mare. Acolo unde mărimea firmei oferă un avantaj net de cost în virtutea producerii economiilor de scară, în mod natural există loc numai pentru câteva firme. Cea de-a doua categorie de factori ţin de politicile promovate de firmele oligopoliste care, în dorinţa dobândirii unei puteri mari de piaţă, reuşesc să introducă şi să menţină bariere ridicate în calea intrării pe piaţă a potenţialilor rivali .

Dominaţia industriilor oligopoliste de către un număr restrâns de mari firme este strâns legată de o altă caracteristică fundamentală a acestui tip de piaţă – **interdependenţa strategică dintre concurenţi**. În contrast cu piaţa perfect concurenţială şi cu concurenaţa monopolistică, cele câteva firme care operează pe piaţa oligopolistă se cunosc între ele si sunt conştiente de interdependenţa dintre deciziile luate de fiecare în parte. Cum fiecare producător deţine o fracţiune semnificativă a ofertei totale, deciziile şi acţiunile sale privind producţia şi preţul vor afecta profitul şi situaţia afacerilor celorlalte firme concurente. De aceea, fiecare producător trebuie să ţină cont de deciziile celorlalte firme concurente şi să ia în considerare efectele propriilor decizii asupra comportamentului acestora. De exemplu, dacă o firmă oligopolistă decide să reducă preţul pentru a creşte volumul vânzărilor şi al profitului, ea trebuie să ia în considerare posibilitatea ca firmele concurente să răspundă cu aceeaşi monedă, iar un război al preţurilor ar putea fi dezavantajos pentru toţi. Atunci când comportamentul adoptat de către o firmă depinde şi de reacţiile rivalilor acesteia, spunem că

are loc o interacţiune strategică. Ea este caracteristică pieţelor oligopoliste, unde comportamentul adoptat de fiecare dintre cei câţiva competitori ia în considerare impactul deciziilor sale asupra firmelor concurente şi reacţiile la care se aşteaptă din partea acestora.



Să ne reamintim...

Oligopolul reprezintă o industrie sau o ramură de activitate dominată de câteva firme care produc şi vând cea mai mare parte a producţiei ramurii respective.

O altă caracteristică fundamentală a acestui tip de piaţă o reprezintă interdependenţa strategică dintre concurenţi.

Tipuri de oligopol Întrucât caracteristicile fundamentale ale oligopolului sunt numărul mic de producători şi interdependenţa strategică, în alegerea strategiilor firmele oligopoliste se confruntă mereu cu dilema „*cooperare sau rivalitate?*". Dacă frmele dintr-o industrie oligopolistă aleg calea unor înţelegeri explicite sau implicite, respectiv soluţia cooperării, întâlnim cazurile aşa-numitului tip de **oligopol cooperant**. Cealaltă situaţie o reprezintă tipul de **oligopol necooperant** sau **cu rivalitate** – cazuri de oligopoluri cu comportament dominant de rivalitate.

Atunci când firmele oligopoliste consideră că strategia competiţiei şi confruntării directe este defavorabilă fiecăreia în parte şi sunt premise pentru realizarea unor acorduri explicite sau implicite (tacite) în scopul maximizării profiturilor lor reunite, ele sunt dispuse la înţelegeri şi aleg soluţia cooperării. Când adoptă un astfel de comportament, avem de-a face cu diferite situaţii sau cazuri de oligopol cooperant. În aceste cazuri, firmele care alcătuiesc oligopolul împart între ele producţia ramurii, stabilesc nivelul preţului şi al ofertei şi iau împreună alte decizii referitoare la afacerile lor. În principiu, firmele care aleg strategia cooperării, încearcă, de fapt să ajungă la aşa-numitul **echilibru de oligopol cooperant**, căutând preţul şi nivelul ofertei care le vor permite să-şi maximizeze profiturile. Teoretic, cooperarea completă (oligopolul perfect cooperant) tinde spre rezultatele monopolului; variabilele industriei oligopoliste (volumul ofertei totale, nivelul preţurilor şi al profiturilor reunite) sunt similare unei pieţe de monopol.

În unele cazuri, firmele care adoptă soluţia cooperării reuşesc să se apropie mult de obiectivul maximizării profiturilor reunite, cel puţin pe termen scurt. Ele obţin supraprofituri peste cele normale într-un mod asemănător monopolului, aşa cum se va vedea în analiza cazului cartelului. Pe termen lung, supraprofiturile firmelor oligopoliste pot persista numai dacă există restricţii la intrarea în ramură, fie prin bariere naturale, fie prin bariere create şi apărate de către firmele existente, de genul celor la care s-a făcut referire în Caseta 9.2.

Cazul înţelegerii secrete reprezintă una din formele concrete ale oligopolului de tip cooperant întâlnită în economia de piaţă. În prezent, în ţările dezvoltate cu economie de piaţă, legea interzice firmelor să încheie acorduri în scopul fixării preţurilor sau împărţirii pieţelor. În consecinţă, firmele oligopoliste sunt tentate să adopte un comportament cooperant, alegând calea unor înţelegeri secrete sau a aşa-numitei *complicităţi tacite*, fără să încheie un acord explicit şi deschis. În această situaţie, avem de-a face cu un oligopol secret, în care două sau mai multe firme se înţeleg asupra volumului ofertei şi nivelului preţurilor de vânzare

practicate şi a altor aspecte menite să le asigure profituri ridicate. Când ajung la astfel de înţelegeri, iar acestea pot fi menţinute şi respectate, situaţia firmelor participante la oligopol secret poate fi deosebit de profitabilă, timzând spre ceea ce am numit *echilibrul de oligopol cooperant*. Dacă există şi bariere de intrare în ramură, pe o asemenea piaţă, între preţ şi cantitatea vândută se stabileşte o relaţie similară cu cea de pe piaţa de monopol.

În multe cazuri, oligopolul secret nu poate ajunge la un echilibru stabil, mai ales pe termen lung. După cum s-a arătat, acordurile secrete sunt ilegale şi, în măsura în care sunt descoperite, firmele participante sunt sancţionate prin legile concurenţei. Pe de altă parte, firmele între care se încheie înţelegeri secrete sunt tentate să „trişeze" practicând preţuri mai mici sau profitând de alte avantaje pentru a-şi mări segmentul de piaţă şi profiturile individuale obţinute. Această tentaţie este cu atât mai mate cu cât înţelegerile cu privire la preţuri sau cota de piaţă sunt secrete, iar produsele sunt de cele mai multe ori diferenţiate. În plus, datorită dezvoltării schimburilor comerciale externe, firmele care aleg soluţia cooperării trebuie să facă faţă şi concurenţei din partea firmelor străine. Toate acestea fac ca, în condiţiile actuale, înţelegerile între firmele oligopoliste să fie instabile pe termen lung.

Cazul firmei dominante (barometru) reprezintă o variantă a înţelegerii implicite sau tacite, situaţie întâlnită pe unele pieţe oligopoliste, unde o firmă îndeplineşte rolul de ghid în domeniul preţului. Ea este denumită firmă-barometru sau leader, întrucât are iniţiativa stabilirii sau modificării preţului, iar celelalte firme adoptă acelaşi preţ de vânzare pentru produsele lor.

Comportamentul cooperant, manifestat pe cale tacită, de acceptare şi preluare a preţului firmei dominante apare, de regulă când celelalte firme sunt de dimensiuni mai mici. Astfel, această situaţie se întâlneşte atunci când industria şi piaţa unui produs este dominată de un mare producător, care îşi recunoaşte superioritatea şi adoptă o atitudine de conducător; el nu are interesul de a elimina producătorii mai mici (sateliţi) pentru a putea evita intervenţia statului prin legislaţia antitrust. La rândul lor, frimele mai mici acceptă postura de sateliţi, mai convenabilă decât angajarea într-o rivalitate directă cu firma conducătoare care, pe termen lung, se poate dovedi extrem de riscantă.

Cazul firmei-barometru poate fi întâlnit şi în unele industrii oligopoliste unde concurenţii sunt de dimensiuni aproximativ egale. În această situaţie, nu cifra de afaceri este elementul care determină poziţia firmei dominante, ci abilitatea dovedită în alegerea momentului propice pentru a introduce modificări de preţ şi, implicit, încrederea manifestată de celelalte firme privind evoluţia industriei şi firmei respective.

Situaţiile de cooperare pe cale tacită de genul celor descrise mai sus sunt de cele mai multe ori instabile pe termen lung, bazându-se pe comportamentul general al firmelor care acceptă comportamentul de lider al unei firme, dar, implicit, şi riscul unor piederi în cazul în care deciziile acesteia se dovedesc greşite. De aceea, poziţia de firmă-leader sau barometru poate fi preluată de una sau de alta dintre firmele oligopoliste sau chiar de câteva simultan.

Cazul cartelului constituie forma cea mai reprezentativă de acord explicit şi, totodată, situaţia de oligopol cooperant cea mai ilustrată de manualele şi tratatele de specialitate.

Cartelul este o organizaţie (acord) format din două sau mai multe firme independente care produc bunuri similare şi conlucrează în direcţia restricţionării volumului ofertei şi creşterii preţurilor, în vederea maximizării profiturilor lor reunite. Spre deosebire de celelalte forme de oligopol cooperant, în cazul cartelului, independenţa firmelor este mai restrânsă, în

măsura în care trebuie să respecte deciziile unui organism comun de conducere; aceste decizii sunt, însă, adoptate cu asentimentul firmelor componente.

În trecut, firmele oligopoliste formau adeseori carteluri dar, odată cu adoptarea legilor care protejează concurenţa, ele sunt ilegale în ţările dezvoltate cu economie de piaţă. Astfel de acorduri nu sunt considerate ilegale peste tot în lume, iar uneori sunt chiar sprijinite de guvernele naţionale.

Exemple : Cel mai ilustrativ exemplu modern al unui acord care încurajează comportamentul cooperant între producătorii oligopolişti este faimosul cartel OPEC (Organizaţia Ţărilor Exportatoare de Petrol).

În general, un cartel odată constituit tinde să se comporte asemănător monopolului, căutând acel nivel al ofertei şi al preţului care să maximizeze profiturile însumate ale firmelor componente. Dacă acestea respectă cotele de producţie stabilite de comun acord, atunci oferta totală (a ramurii) va fi mai redusă, iar preţul pieţei mai mare decât în situaţia în care firmele ar acţiona pe o piaţă perfect competitivă.

Exemple: În Figura 9.3 este ilustrat cazul unui cartel constituit din trei firme aparţinând unei ramuri date. Exemplul este ipotetic, iar pentru simplificarea ilustrării, se consideră că pentru toate cele trei firme, curbele costului sunt identice. Condiţiile pieţei (ramurii) sunt prezentate în partea dreaptă, iar situaţia uneia dintre cele trei firme este reprezentată în partea stângă a figurii. Iniţial piaţa este în echilibru competitiv la preţul de 70 u.m. şi cantitatea de 9 000 produse, punct în care curba C_m a ramurii intersectează curba cererii pieţei. La preţul de echilibru al firmei de 70 u.m., producţia de echilibru a firmei este de 3 000 produse, nivel la care îşi acoperă costurile totale, care includ şi profitul normal.

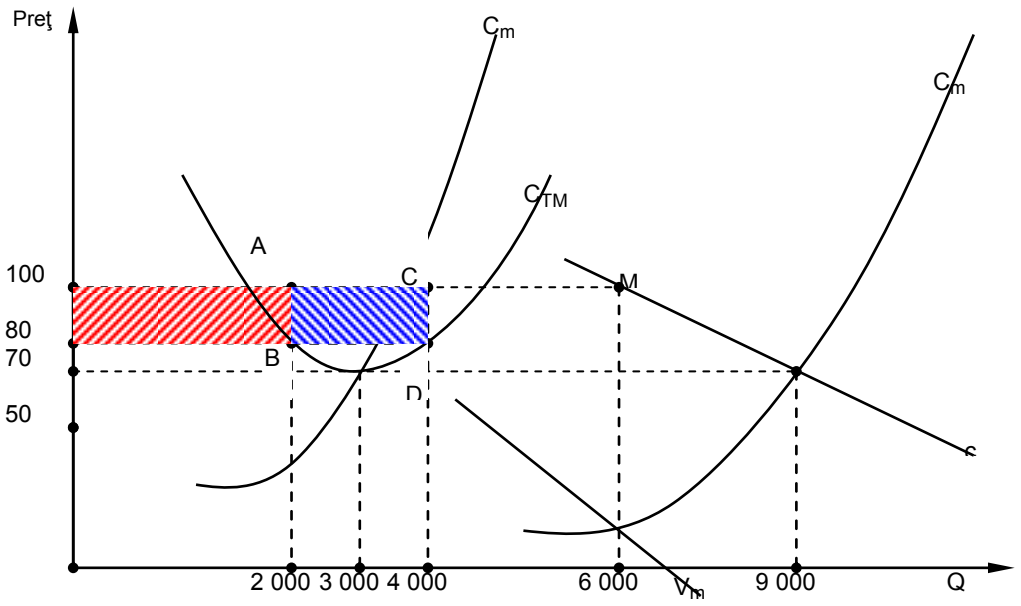


Figura 8.3 Preţul şi cota de producţie în condiţiile cartelului

Aşadar, la echilibru pe termen lung (determinat pe baza condiţiei $C_m = p = \min C_{TM}$) toate cele trei firme realizează profituri normale, supraprofiturile fiind eliminate.
Prin formarea cartelului, firmele au stabilit că cel mai mare profit însumat se obţine la o producţie totală de 6 000 de produse, nivel la care curba C_m intersectează curba V_{mg} al acestei ramuri (condiţia de maximizare a profitului este aceeaşi ca la monopol $C_m = V_m$). Punctul M de pe curba cererii pieţei indică faptul că cele 6 000 de produse pot fi vândute la un preţ de 100 u.m., care poate fi obţinut doar dacă toate cele trei firme respectă cotele de producţie stabilite. Presupunând că profiturile însumate sunt de 120 000 u.m.. fiecare firmă asociată în cartel poate obţine un profit suplimentar (peste cel normal inclus în costuri) de 40 000 u.m. (suprafaţa evidenţiată: 100AB80).

Ca şi în celelalte cazuri de oligopol cooperant, acordurile dintre membrii cartelului sunt instabile, pericolul destrămării lor în timp venind în principal din două direcţii. Prima dintre aceste direcţii se referă la faptul că însuşirea unor supraprofituri substanţiale de către membri cartelului exercită o puternică atracţie pentru noii producători. Prevenirea intrării lor pe piaţă şi funcţionarea pe termen lung a cartelurilor devin practic imposibile în absenţa unor bariere naturale la intrare.

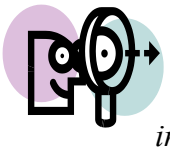
Cea de-a doua direcţie care acţionează pe linia instabilităţii şi destrămării cartelurilor provine tocmai din interiorul acestora. Astfel, firmele individuale sunt tentate să trişeze, violând înţelegerea privind cotele de producţie necesare pentru a impune preţul de monopol. În Figura 9.3 se observă că firma tinde să-şi crească producţia până acolo unde costul său marginal va fi egal cu preţul de piaţă; profitul suplimentar obţinut prin depăşirea cotei de producţie este reprezentat de zona evidenţiată, AB CD. Pe de altă parte, costurile de producţie ale membrilor cartelurilor sunt diferite, fiecare firmă dispunând de o structură proprie a costurilor şi profiturilor. Tentaţia unor firme de a participa la competiţie şi de a ieşi din înţelegerea instituită prin cartel este cu atât mai puternică atunci când ele dispun de un avantaj de cost, iar interesul individual începe să prevaleze asupra celui comun.

În situaţiile de **oligopol necooperant**, firmele acţionează pe cont propriu în vederea maximizării profiturilor individuale, deciziile adoptate în acest scop, fiind luate fără a intra în complicitate (explicită sau tacită) unele cu altele. Ele cunosc, însă, interacţiunile strategiilor pe care le adoptă, întrucât confruntarea pentru întâietate are loc între câteva firme mari.

Manifestarea unui comportament dominant de rivalitate se bazează pe strategii care iau în considerare posibilitatea menţinerii unui segment cât mai mare pe piaţă şi câştigării unor profituri superioare celor obţinute în situaţia alegerii soluţiei cooperării. Strategiile firmelor oligopoliste se concretizează în deciziile lor asupra preţurilor şi producţiei oferite pe piaţă, iar obiectivele privesc maximizarea profitului.

Atunci când echilibrul firmelor oligopoliste este atins prin maximizarea profiturilor proprii, fără a coopera unele cu altele, acesta este numit **echilibru de oligopol necooperant**. El poate fi realizat fie prin cantităţile produse, fie prin preţuri: firma reglează numai volumul producţiei sau numai nivelul preţurilor de vânzare, mişcarea celeilalte variabile a relaţiei cantitate-preţ fiind lăsată la latitudinea pieţei. Când firmele oligopoliste apelează la arma preţurilor, reducerea acestora poate avea loc până la nivelul la care preţul egalează costul marginal. În unele cazuri firmele se angajează într-o concurenţă atât de acerbă unele cu altele, încât se declanşează un adevărat „*război al preţurilor*” care poate ajusta nivelul ofertei şi al preţului până la punctul zero al supraprofitului, singurele profituri obţinute fiind cele normale.

În multe dintre industriile oligopoliste concurenţa prin preţuri este mai puţin relevantă (nu total neglijată), acestea apelând la alte forme de competiţie, precum diferenţierea produselor, prin calitatea lor sau prin reclama puternică a mărcii. În plus, pe termen lung, când tehnologiile de producţie şi caracteristicile produselor se pot modifica frecvent, există avantaje certe ale manifestării unui comportament concurenţial. O firmă căreia îi reuşeşte o strategie care să o situeze mereu înaintea rivalilor prin inovare, are un puernic stimul pentru a intra în competiţie. Analizele empirice arată, de asemenea, că există suficiente motive şi stimulente pentru firmele oligopoliste de a se angaja în competiţie şi nu de a opta pentru soluţia cooperării, chiar şi atunci când înţeleg riscurile inerente ale unui astfel de comportament. Important pentru cei implicaţi în politica publică este de a promova reguli şi măsuri care să menţină firmele oligopoliste în competiţie şi nu în complicitate.



Să ne reamintim...

Atunci când firmele oligopoliste aleg calea unor înţelegeri explicite sau implicite, întâlnim cazurile aşa-numitului tip de oligopol cooperant (cazul înţelegerii secrete, cazul firmei barometru, cazul cartelului). Cealaltă situaţie o reprezintă tipul de oligopol necooperant sau cu rivalitate .

02:15

9.4 Politici guvernamentale de preţuri

Evoluţia politicilor guvernamentale în domeniul preţurilor este strâns legată de evoluţia concepţiilor privind rolul statului în economie. Analizele întreprinse de numeroşi economişti scot în evidenţă faptul că intervenţia statului în procesul formării şi evoluţiei preţurilor este un fenomen prezent – în proporţii şi forme diferite – în toate ţările cu economie de piaţă.

Prin mesajele transmise, preţurile reprezintă sursa de imformaţii şi principalul semnal de decizie pentru toţi agenţii economici, nivelul şi dinamica lor influenţând fluxurile reale şi monetare din economie, evoluţia producţiei şi productivităţii, remunerarea factorilor de producţie, echilibrul şi creşterea economică etc. De aceea, intervenţia statului în procesul formării preţurilor vizează, pe lângă limitatea sau înlăturarea tendinţelor monopoliste din partea monopolurilor şi oligopolurilor, obiective ale politicii economice de ansamblu, precum: creşterea economică, asigurarea stabilităţii economice şi sporirea ecficienţei utilizării resurselor, prevenirea sau atenuarea unor dificultăţi economico-sociale, ca cele din perioadele de recesiune, inflaţie accentuată etc.

Potrivit obiectivelor concrete urmărite, tradiţiilor şi realităţilor din fiecare ţară, politicile statului în domeniul preţurilor se caracterizează printr-o mare diversitate; ele cuprind pe de o parte, măsuri de reglementare a pieţei, iar pe de altă parte, măsuri şi acţiuni pe linia stabilirii nivelului preţurilor unor produse sau de influenţare a evoluţei lor.

Reglementarea funcţionării pieţei se realizează prin promovarea unor măsuri de menţinere, restaurare sau consolidare a mediului economic şi de afaceri necesar funcţionării normale a pieţei concurenţiale. În acest sens, se acţionează în ambele direcţii: reglementarea juridică a tranzacţiilor comerciale şi a concurenţei în vederea controlării şi limitării

tendinţelor monopoliste; supravegherea respectării normelor şi măsurilor luate de legislativ privind desfăşurarea concurenţei şi formarea preţurilor prin mecanismele pieţei.

Utilizarea politicilor antitrust, care interzic anumite tipuri de comportament anticoncurenţial, supravegherea nivelului preţurilor de către agenţiile specializate în ramurile care sunt reglementate şi măsurile menite să încurajeze concurenţa, constituie esenţa politicilor moderne de preţuri promovate în ţările dezvoltate din punct de vedere economic.

Mecanismele pieţei nu asigură în orice condiţii alocarea eficientă a resurselor economice din punct de vedere social. Această situaţie, numită **eşec al pieţelor**, justifică intervenţia guvernelor pe diferite pieţe. Este cazul mai ales a structurilor de piaţă caracterizate prin tendinţe de comportament monopolist din partea firmelor cu mare putere de piaţă, care restricţionează cantitatea oferită şi practică preţuri de monopol pentru a beneficia de supraprofituri ridicate.

Există, desigur, şi alte situaţii de eşec al pieţelor (cum este cazul externalităţilor negative, de genul poluării), precum şi alte motive care justifică intervenţia guvernelor în economie prin politicile de preţuri; în principiu, intervenţia guvernelor în procesele de formare şi evoluţie a preţurilor poate fi directă pe cale autoritară şi prin metode administrative şi indirectă , prin mijloace şi metode economice.

În cazul **intervenţiei indirecte**, prin intermediul unor mijloace şi metode economice, statul acţionează, în general, asupra cererii şi/sau ofertei pe diferite pieţe. Astfel, cumpărarea de către stat a unor produse şi stocarea lor, acordarea unor facilităţi la exportul unor bunuri, practicarea unor politici selective de credite, subvenţiile, fiscalitatea influenţează evoluţia raportului cerere-ofertă şi implicit nivelul preţurilor. De semenea, reglementarea modului de calcul a profitului, impozitelor, adaosului comercial, stabilirea regimului taxelor vamale etc., influenţează evoluţia preţurilor, evidenţiind faptul că, în procesul formării lor, se întrepătrund factori endogeni pieţei cu factorii exogeni, care ţin de autoritatea publică.

Exemple : Deosebit de relevantă este analiza intervenţiei autorităţii publice pe pieţele produselor agricole, caracterizate prin două importante particularităţi care îşi pun amprenta asupra preţurilor, şi anume: inelasticitatea cererii şi fluctuaţiile mari ale ofertei. De aici şi necesitatea intervenţiei în scopul protejării consumatorilor, dar şi al garantării veniturilor producătorilor şi stabilităţii forţei de muncă în acest sector al economiei. Într-adevăr, datorită inelasticităţii cererii în funcţie de preţ, o creştere importantă a ofertei de produse agricole nu va putea fi achiziţionată de către consumatori şi va genera o reducere puternică a preţului pieţei şi, implicit, a veniturilor producătorilor. Dimpotrivă, în anii cu recolte slabe, reducerea drastică a ofertei va determina o creştere pe măsură a preţurilor care va afecta veniturile reale ale consumatorilor.

În raport de situaţiile arătate, în SUA, de mai multe decenii, s-a promovat o politică de consolidare a pieţei agricole cu mijloace financiare considerabile, preţurile de piaţă ale produselor agricole au fost susţinute, uneori, prin subvenţii sau acordarea de credite producătorilor; alteori, în anii cu recolte mari, s-au practicat preţuri minime, însoţite de compensarea bănească a diferenţei nefavorabile dintre acestea şi nivelul mai redus al preţurilor determinate de jocul cererii şi ofertei. În principiu, aceleaşi obiective sunt urmărite,

după 1962, în Uniunea Europeană, unde preţurile majorităţii produselor agricole sunt susţinute prin politici şi resurse financiare considerabile, agricultura reprezentând, de departe, cel mai important capitol al bugetului comunitar (peste 1 000 de miliarde echivalent Euro anual).

Intervenţia directă se referă, de fapt, la controlul statului asupra preţurilor fie prin fixarea autoritară a nivelului preţurilor, fie prin „îngheţarea" sau blocajul preţurilor unor produse.

În practică, această metodă a fost utilizată numei în situaţii excepţionale: în vreme de război, în situaţii de crize profunde şi deosebite, hiperinflaţie etc. Tot în categoria metodelor directe de intervenţie şi control ale statului asupra preţurilor intră şi măsurile de stabilire a unor limite minime/maxime ale acestora.

Preţurile minime se practică în condiţiile excesului de ofertă şi reprezintă, de regulă, o modalitate de protejare a intereselor producătorilor. Stabilirea unui nivel minim al preţului este, însă, relevantă numai dacă acesta este superior preţului de echilibru format pe baza acţiunii forţelor pieţei. După cum se observă în figura 8.4, la nivelul preţului minim cantitatea oferită este superioară atât celei la nivel de echilibru, cât şi celei cerute de cumpărători ($Q_2 > Q_e > Q_1$). Surplusul de ofertă ($Q_2 - Q_1$) la nivelul preţului minim (P_m) ar trebui achiziţionată de către stat. **Preţurile maxime** denumite şi *preţuri-plafon*, se află sub nivelul celor determinate de forţele pieţei. Aceste plafoane de preţuri nu pot fi depăşite şi sunt considerate o modalitate de protejare a consumatorilor în situaţii de penurie de produse, când preţurile pot creşte foarte mult.

Exemple : În ţările cu economie dezvoltată, ultima oară când s-au aplicat asemenea măsuri de control asupra preţurilor a fost în anii '70 ai secolului trecut, sub impactul crizei petrolului. Practicarea unor preţuri-plafon la produsele petroliere s-a dovesit o măsură extrem de dură, care a distorsionat şi subminat funcţionarea eficientă a mecanismului pieţei şi a condus la formarea unor cozi uriaşe la benzinării.

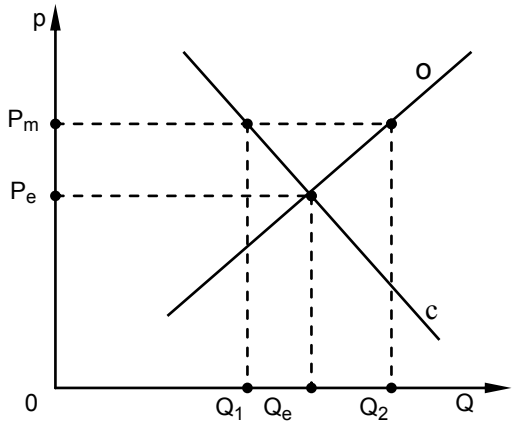


Figura 9.4 Preţul minim

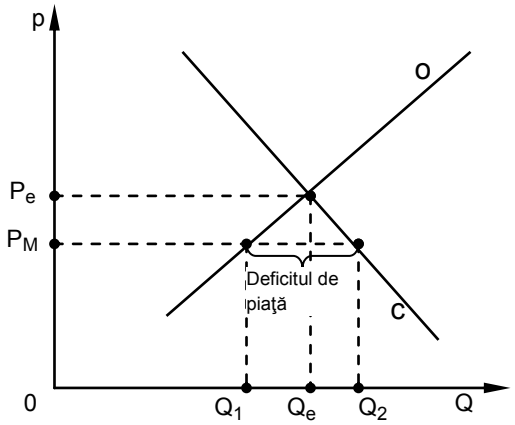


Figura 9.5 Preţul maxim

Penuria de produse este un fenomen conjunctural generat de anumite cauze, cum a fost criza petrolului de la începutul anilor '70 la care ne-am referit. Acest fenomen nu trebuie confundat cu **deficitul de piaţă** care are drept cauză chiar practicarea unor preţuri-plafon. În

Figura 9.5 se observă că, la preţul maxim (P_M), situat sub preţul de echilibru, cantitatea cerută de cumpărători (Q_2) depăşeşte cantitatea oferită de producători (Q_1). Deficitul de piaţă (Q_2 - Q_1) este reprezentat grafic prin spaţiul dintre curba ofertei şi curba cererii, fiind cu stât mai mare cu cât preţul-plafon este situat mai jos decât preţul de echilibru. Fixarea de către structurile autorităţii publice a unor preţuri-plafon constituie, aşadar, cauza unor deficite de piaţă care se vor manifesta atâta vreme cât preţirile nu-şi pot exercita rolul în echilibrarea cererii şi ofertei pe piaţa poduselor respective. În această situaţie, asistăm la creşterea costurilor nemonetare din partea cumpărătorilor (timpul irosit pentru a găsi bunurile solicitate, aşteptatul la coadă etc.) sau la apariţia „*pieţei negre*". Acestea reprezintă costuri pentru consumatori, care nu sunt resimţite şi de producători; de aceea, ele se mai numesc şi „costuri de balast".

Să ne reamintim...

Intervenţia statului în procesul formării şi evoluţiei preţurilor este un fenomen prezent – în proporţii şi forme diferite – în toate ţările cu economie de piaţă. Această intervenţie poate fi directă (controlul statului asupra preţurilor, fixarea autoritară a nivelului preţurilor, „îngheţarea" sau blocajul preţurilor unor produse), sau indirectă(prin subvenţii, fiscalitate, etc.) .

Prezentaţi principalele modalităţi de intervenţie a statului în formarea preţurilor.....
.....
.....
.....
.....

02:40

Rezumat

- Piaţa de monopol se situează la polul opus concurenţei perfecte, fiind caracterizată de existenţa unui singur producător, în timp ce concurenţa monopolistică se situează cel mai aproape de acest model teoretic de piaţă, fiind caracterizată de mulţi vânzători şi mulţi cumpărători, ce comercializează bunuri economice diferenţiate.
- Piaţa de oligopol este structura de piaţă dominantă în economiile de piaţă moderne, fiind caracterizată prin câţiva vânzători şi mulţi cumpărători.Cei câţiva vânzători pot alege calea cooperării oligopol cooperant), sau pot acţiona independent pe piaţă (oligopol necooperant).
- Indiferent pe ce tip de piaţă reală funcţionează, condiţia de echilibru a firmei este: Cmg=Vmg.
- Intervenţia statului în procesul formării şi evoluţiei preţurilor este un fenomen prezent, în proporţii şi forme diferite, în toate ţările cu economie de piaţă. Această intervenţie poate fi directă (îngheţarea preţurilor, stabilirea unor plafoane minime sau maxime, fixarea preţurilor) sau indirectă (fiscalitate, subvenţii, în general prin influenţarea cererii sau a ofertei).

03:00

Test de evaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 20 de minute

1. Prezentaţi caractristicile monopolului şi ale concurenţei monopolistice în comparaţie cu concurenţa perfectă.
2. Descrieţi variantele de oligopol cooperant.
3. Care este cea mai întâlnită formă de concurenţă în economia de piaţă reală?
4. Care este condiţia de echilibru pe pieţele cu concurenţă imperfectă?
5. Când şi de ce statul poate stabili plafoane minime şi maxime asupra preţurilor

Test de autoevaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 15 minute

1. Care din caracteristicile de mai jos sunt specifice pieţei monopoliste:

a) elimină libera concurenţă;

b) producătorul determină nivelul preţurilor;

c) asigură maximul de satisfacţie consumatorilor;

d) a şi b;

e) b şi c.

2. Care din caracteristicile de mai jos definesc piaţa cu concurenţă monopolistică:

a) atomicitatea cererii şi ofertei;

b) omogenitatea produselor;

c) preţul este stabilit de către producător;

d) fiecare producător trebuie să ţină seama de deciziile celorlalţi;

e) nici o variantă nu este corectă.

3. Care din caracteristicile de mai jos definesc piaţa de oligopol:

a) mulţi producători;

b) producătorii pot controla preţurile;

c) elimină concurenţa;

d) fiecare producător trebuie să ţină seama de deciziile celorlalţi;

4. Condiţia maximizării profitului în cazul firmei de monopol:

a) preţul este egal cu costul marginal;

b) venitul marginal este egal cu preţul;

c) costul marginal este egal cu venitul marginal;

d) venitul total este mai mare decât costul total.

5. Acordul prin care este restricţionată producţia, împărţită piaţa şi satbilit un preţ comun, reprezintă

a) monopol pur;

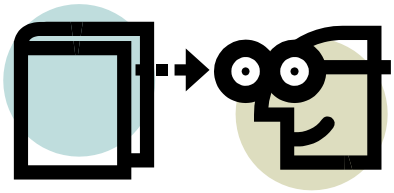
b) cartel;

c) oligopson;

d) monopson;

e) cazul firmei barometru.

Răspunsuri: 1. d; 2. a; 3. d; 4. c; 5. b.



Bibliografie

1. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Economie, Ediţia a VIII-a, Editura Economica, Bucureşti, 2009
2. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Dicţionar de Economie, Ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 2003
3. Dudian Monica, coordonator – Economie, Editura C. H. Beck, Bucureşti, 2006
4. Frois G.A. - Economie politică, Editura Humanitas, Bucureşti, 1994
5. Housman D. - Filosofia ştiinţei economice. Antologie, Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
6. Lipsey R., Chrystal A. - Economia pozitivă, Editura Economică, Bucureşti, 1999
7. Manea G. Iliescu E.M. - Microeconomie, Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 2006
8. Popescu C., Ciucur D., Gavrilă I., Popescu Ghe. - Teorie economică generală. Vol. I. Microeconomie , Ediţia a doua, Editura ASE, Bucureşti, 2008
9. Stiglitz J.,. Walsh C. – Economie, Editura Economică, Bucureşti, 2005
10. Varian Hal - Intermediate microeconomics, a modern approach, W.W. Norton, USA, 2006

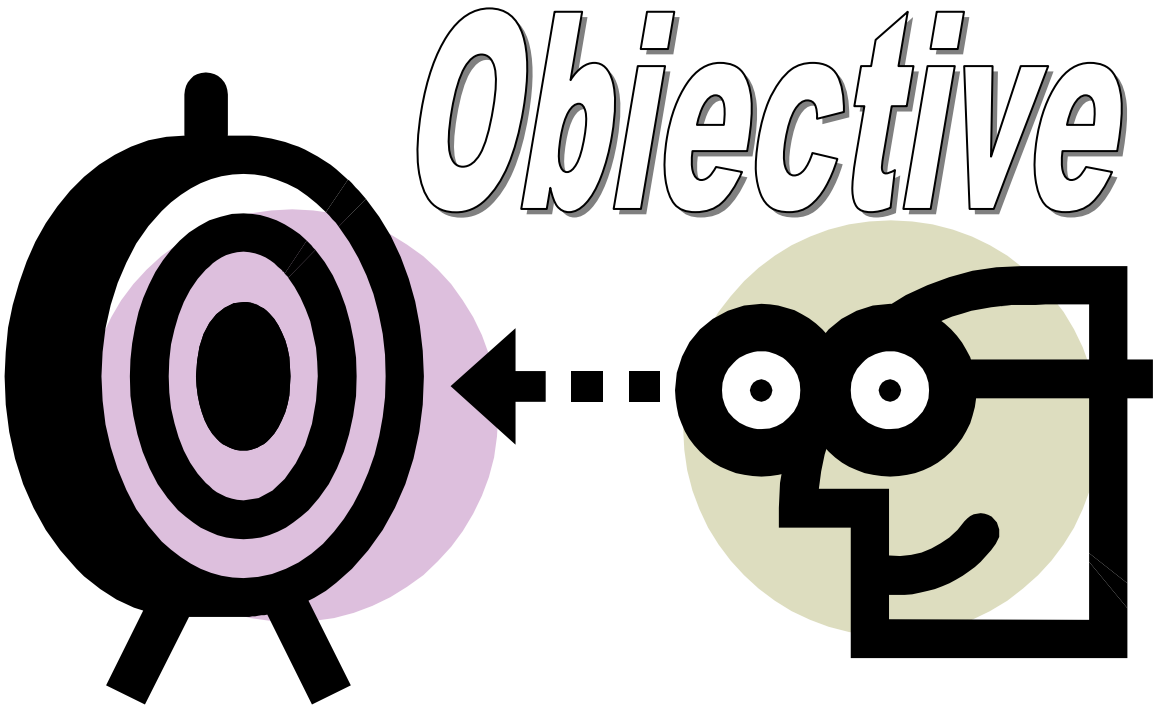
Unitatea de învăţare10. Limitele Pieţei

Cuprins

10.1 Limitele pieţei în atingerea eficienţei

10.2 Externalităţi

10.3 Bunuri publice



- Clasificarea noţiunii de eşec al pieţei
- Analiza formelor sub care se manifestă ” limitele pieţei ”
- Identificarea şi analiza cauzelor care generează situaţiile de eşec
- Evidenţierea şi argumentarea soluţiilor pentru diminuarea disfuncţiilor pieţei

00:00

Introducere

Teoria economică conturează doua tipuri specifice de organizare şi reglare a activităţii economice: sistemul economiei de piaţă şi sistemul economiei centralizate. Insă, realitatea a demonstrat că nu trebuie optat pentru niciunul din cele două modele de funcţionare ci, trebuie aplicată o cale de mijloc, care să îmbine piaţa liberă cu intervenţia guvernamentală, în funcţie de obiectivele politicii publice.In această situaţie, statul nu se substituie pieţei ci o completează corectându-i disfuncţiile, manifestate în două circumstanţe: eficienţa alocării resurselor şi echitatea socială. In ambele situaţii, responsabilă pentru multe din disfuncţionalităţile pieţei libere este raţionalitatea individuală care poate reduce eficienţa rezultatelor la nivelul societăţii.

10.1. Limitele pieţei în atingerea eficienţei

Limitele, eşecurile pieţei se referă la disfuncţionalităţile pieţei concurenţiale şi la nevoia intervenţiei guvernamentale.

Aşadar, pieţele libere nu înregistrează întotdeauna rezultate eficiente. Aceasta, ca urmare a puterii de monopol, a externalităţilor, bunurilor publice si informaţiilor asimetrice.

Timp necesar: 120 minute

După parcurgerea unităţii veţi fi în măsură să răspundeţi la întrebările:

- **Ce este concurenţa ?**
- **Ce situaţii de concurenţă neloială pot fi întâlnite pe piaţă ?**
- **Care sunt caracteristicile concurenţei perfecte?**
- **Care este condiţia de echilibru pentru o firmă ce acţionează pe o piaţă cu concurenţă perfectă?**
- **În ce constă echilibrul pieţei?**
- **La ce se referă legea cererii?**

Tabel 10.1.

Eşec al pieţei	**Caracterizare**	**Cauze**	**Pârghii**	**Exemple**
Monopol	Concurenţa este înlăturată prin existenţa unui singur producător, a cărui producţie este oferită sub nivelul eficient din punct de vedere social şi la un preţ mai mare decât în cazul concurenţei prefecte	Bariere la intrarea pe piaţă (naturale, tehnologice, politice)	Politica antimonopol (prevenirea apariţiei unei singure firme, înlesnirea intrării pe piaţă a unor firme concurente, înlăturarea unor bariere vamale) şi reglementarea serviciilor publice	Regiile autonome
Externalităţi	Activitatea (de producţie sau consum) a unui agent economic are efecte asupra unei terţe părţi	Agenţii economici urmăresc maximizarea propriilor interese, fără a lua în calcul costurile (beneficiile) induse altora .	In situaţia externalităţilor pozitive, statul susţine activităţile generatoare de beneficii sociale prin acordarea de subvenţii. In situaţia externalităţilor negative, soluţia o reprezintă internalizarea externalităţilor (taxe, impozite, crearea pieţei drepturilor de proprietate)	Externalităţi pozitive= construirea Mall-urilor a generat creşterea preţurilor pentru locuinţele din zonă, învătământul Externalităţi negative = repararea drumurilor publice crează inconveniente pentru locuitorii din zonă (zgomot, praf), pentru comercianţi.
Bunuri publice	Acele bunuri pentru care costul de producţie nu creşte, atunci când numărul consumatorilor creşte (nonrivalitate) şi pentru care nu exista restricţii de utilizare (nonexclusivisme)	Fiind disponibile tuturor, utilizarea nu poate fi limitată numai la cei ce plătesc.De aceea producţia lor este ineficientă pentru sectorul privat.	Producţia guvernamentală, acoperită din impozite	Apărarea naţională, informaţiile publice, iluminatul public

Informaţii asimetrice	Indivizii au grade diferite de cunoaştere cu privire la acelaşi subiect. Indivizii nu doresc să fie atotcunoscători, având în vedere că informarea presupune, ca în orice activitate economică, sacrificarea unor resurse cu întrebuinţări alternative	•**Selecţia adversă** (eroare de anticipare) cauzată de faptul că indivizii aleg un singur criteriu de analiză în luarea unor decizii economice, ignorând celelalte aspecte implicate. •**Hazardul moral** (apare în special în asigurări şi se referă la faptul că, atunci când indivizii ştiu că un risc este acoperit de o terţă parte se comportă ca şi cum riscul respectiv este inexistent. •**Comportamentul de turmă** (apare atunci când, pentru că obţinerea informaţiilor este prea costisitoare, indivizii preferă să imite comportamentul celor recunoscuţi ca foarte buni cunoscători ai acelor situaţii.	Transformarea informaţiilor foarte importante pentru societate în bunuri publice, deoarece odata cunoscute unora dintre noi devin apoi disponibile şi altora, reglementări care să oblige agentul economic să furnizeze informaţii complete la încheierea anumitor contracte.	•**Cei interesaţi de obţinerea unui credit** se orientează numai după rata dobânzii, ignorând şi celelalte aspecte implicate (comisioane, asigurări, garanţii). •**Problema agent-patron** (managerii angajaţi de către patron, deţin mai multe informaţii despre activitatea firmei şi pot decide dacă urmăresc maximizarea profitului sau alte interese).

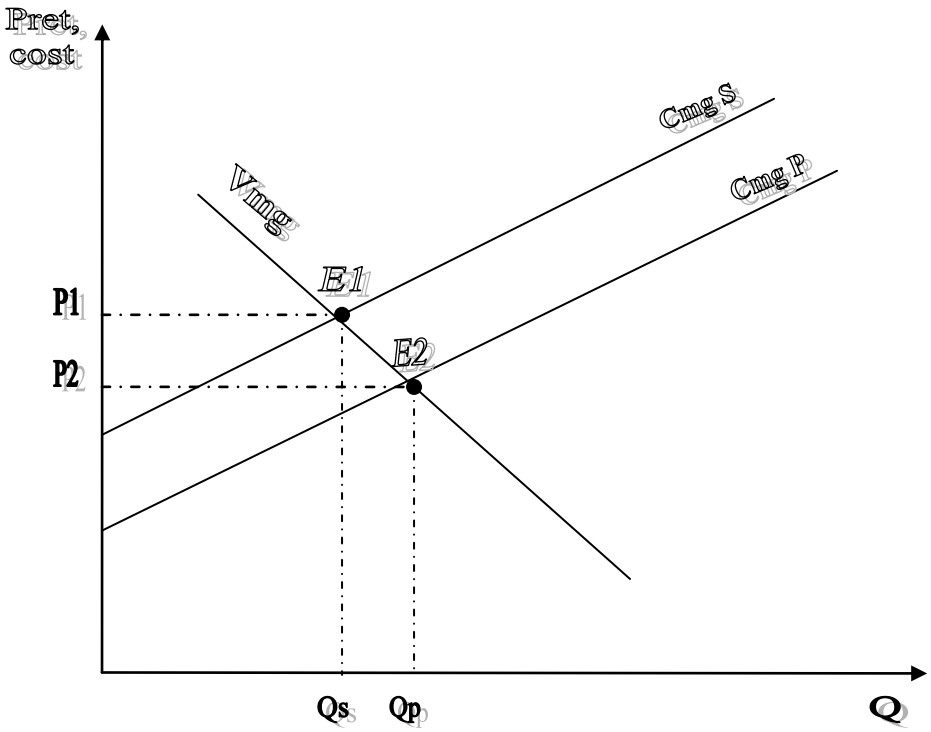
10.2. Externalităţi

01:00

Există situaţii în care agenţii economici nu au în vedere toate resursele utilizate în activitatea lor, generând astfel efecte şi asupra terţilor. Aceste efecte se numesc externalităţi sau efectele celei de-a treia părţi, fiind afectaţi alţi subiecţi decât cei implicate direct în tranzacţia economică (producătorul sau consumatorul). De aceea, trebuie avută în vedere diferenţa dintre costurile private şi cele sociale precum şi dintre venitul privat şi cel social.

Costul privat include numai costurile suportate de agenţii economici implicaţi direct într-o anumită activitate.

Costul social include costul privat, dar şi costurile suportate de alţi membrii ai societăţii, fără legătura directă cu respectiva activitate. Diferenţa dintre cele două costuri apare atunci când există externalităţi negative (dăunătoare)



$Qp > Qs$

Punctul E1 (P1, Qs) reprezintă echilibrul din punct de vedere social, iar punctul E2 (P2, Qp) reprezintă echilibrul în

Figura 10.1. Externalităţi negative

Se observă în figura 10.1 că în cazul externalităţilor negative costurile sociale sunt mai mari decât costurile private, ceea ce determină cantităţi (produse sau consumate) peste nivelul optim din punct de vedere social (nivelul optim este atins atunci când Cmg = Vmg).

Sunt situaţii în care, rezultatele obţinute de pe urma unei activităţi nu sunt resimţite numai de întreprinzătorul acesteia, deşi numai el suportă toate costurile. In acest caz, externalităţile generate sunt pozitive. Termenul de ”pasager clandestin” îl caracterizează cel mai bine pe cel ce beneficiază de astfel de externaităţi. Invatamântul, cercetarea, progresul tehnic produc cele mai mari externalităţi pozitive. In aceste situaţii, având în vedere că beneficiile private sunt mai mici decât cele sociale, cantitatea este mai mică decât nivelul social optim.

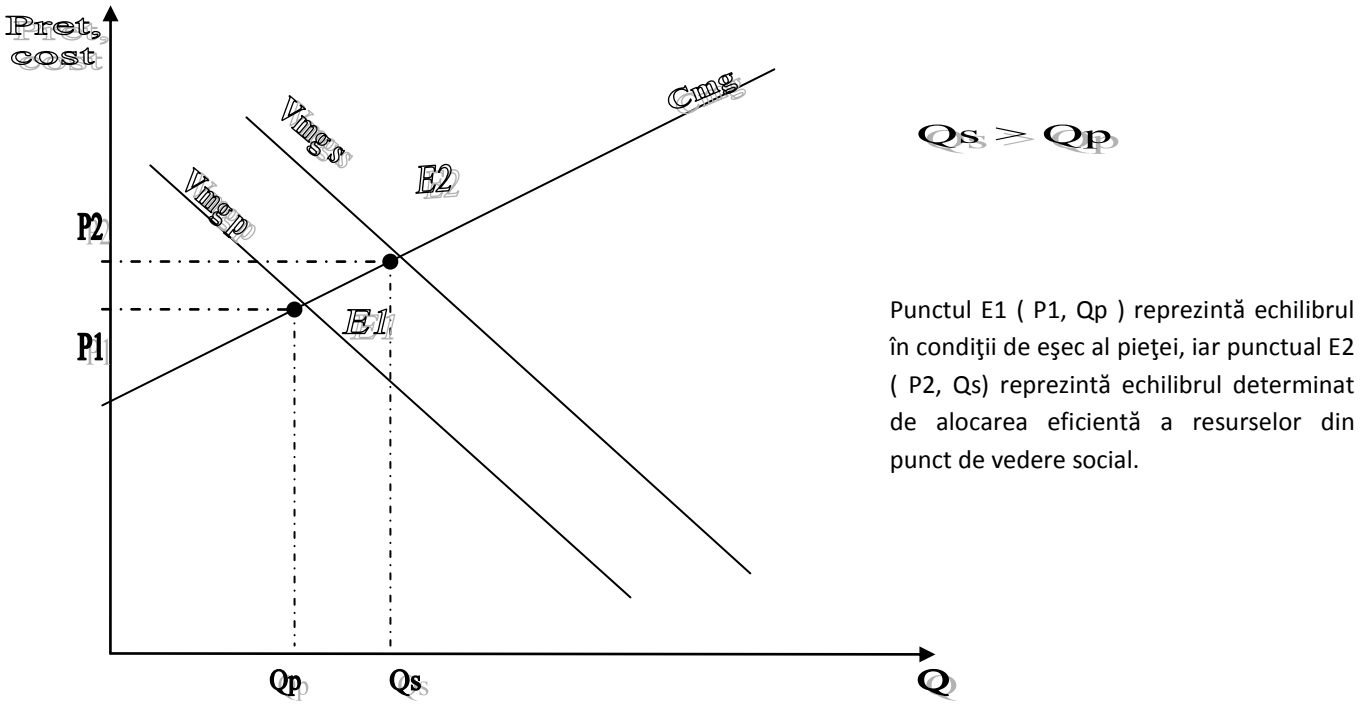


Figura 10.2. Externalităţi pozitive

Există situaţii în care, o externalitate poate fi, în funcţie de subiectul la care ne raportăm, atât pozitivă cât şi negativă. Astfel, un concert în aer liber va genera asupra celor care locuiesc în apartamentele cu vedere la scenă, externalităţi pozitive dacă aceştia doresc să îl urmărească, dar şi externalităţi negative pentru cei care şi-ar dori să se odihnească în acest timp.

In concluzie, externalităţile reprezintă eşecuri ale pieţei, întrucât, anumite bunuri economice nu sunt oferite pe piaţă la nivelul optim social. Soluţia o reprezintă internalizarea externalităţilor, adică, tratarea costurilor / beneficiilor sociale ca şi costuri / beneficii private. In acest scop, există următoarele metode:

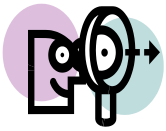
• practicarea de amenzi, pentru agenţii economici care produc externalităţi negative;

• acordarea de subvenţii şi de drepturi de producător celor care generează externalităţi pozitive;

• un întreprinzător privat, dintre cei care resimt externalităţile negative poate propune producătorilor o indemnizaţie în schimbul reducerii ofertei;

• impunerea unor impozite şi taxe pe unitatea de produs;

• fuziunea dintre cel ce generează externalitatea şi cel ce o receptează.



Să ne reamintim...

Dacă într-o activitate economică sunt afectaţi şi alţi subiecţi decât cei implicati direct în tranzacţia economică (producătorul sau consumatorul), apar externalităţile (pozitive sau negative).

In prezent, aplicarea în practică a metodelor de internalizare se poate realiza fie prin tranzacţii private, fie prin existenţa unei autorităţi statale care să le impună. Indiferent de calea aleasă, apar dificultăţi în estimarea efectelor externe.

01:30

10.3. Bunuri publice

Cea mai mare parte a bunurilor şi serviciilor existente pe piaţă sunt bunuri economice private, produse în scopul tranzacţionării şi maximizării profitului. Dar, există o serie de bunuri, care nu pot fi vandute pe piaţă deoarece, odată oferite unei persoane, devin în mod gratuit disponilile şi altora. Este vorba în acest caz de bunurile publice pure, care îndeplinesc două condiţii principale:

- **nonexclusivitatea** – ceea ce înseamnă că nici un individ nu poate fi înlaturat în utilizarea lor;
- **nonrivalitatea** – ceea ce înseamnă că orice nou consumator nu reduce oferta pentru ceilalţi şi nu determină creşterea costurilor (Cmg = 0).

Exemplu : iluminatul public. După instalarea unui stâlp de iluminat public, niciunuia dintre indivizii care tranzitează zona nu i se pot interzice avantajele luminii răspândite, indiferent dacă a participat sau nu la acoperirea costurilor. De asemenea, indiferent de numărul beneficiarilor, intensitatea luminii este aceeaşi (nu scade oferta), iar costul marginal este nul.

In aceeaşi categorie de bunuri sunt incluse şi apărarea naţională, protecţia poliţiei, şcolile publice, autostrăzile (neaglomerate), pădurile.

Pentru că odată ce bunul public a fost produs, utilizarea lui nu poate fi limitată numai la cei ce plătsc, sectorul privat produce cantităţi insuficiente. Soluţia o reprezintă producţia guvernamentală, acoperită de impozite. Dar, nu toate bunurile publice îndeplinesc ambele

condiţii. Atunci când este îndeplinită o singură condiţie, bunurile se numesc bunuri publice mixte, prezentând caracteristici atât ale bunurilor publice cât şi ale celor private.

Astfel, există bunuri publice mixte cu excludere (atunci când accesul este limitat prin restricţii tehnice sau prin preţuri), dar nonrivale. In această categorie putem include muzeele, poduri (la tranzitarea cărora se percep taxe), locuri vacante la concerte, televiziunea prin cablu, etc.

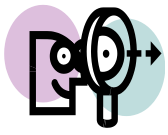
Mai există bunuri care sunt rivale dar, care îndeplinesc condiţia de nonexclusivitate (nu există interdicţii, de ele putând beneficia orice doritori, însă excesul de cerere le suprasolicită şi diminuează oferta pentru alţi consumatori).

Exemplu : sugestiv în acest caz este exemplul străzilor aglomerate.

In concluzie, dacă ne raportăm la cele două caracteristici, există trei categorii de bunuri: pur private, pur publice, mixte. (vezi tabelul 10..2.)

Tabel 10.2.

Caracteristică	**Excludere**	**Nonexcludere**
Rivalitate	Bunuri private (îmbrăcăminte, alimente, rechizite, etc.)	Bunuri publice mixte (străzi aglomerate, etc.)
Nonrivalitate	Bunuri publice mixte (televiziunea prin cablu, intrearea la muzee, etc.)	Bunuri publice pure (apărarea naţională, protecţia poliţiei, drumuri decongestionate, etc.)



Să ne reamintim...

Bunurile publice pure îndeplinesc două condiţii principale: nonexclusivitatea (nici un individ nu poate fi înlaturat în utilizarea lor) şi nonrivalitatea (orice nou consumator nu reduce oferta pentru ceilalţi şi nu determină creşterea costurilor).

.....
Prezentaţi principalele situaţii de eşec al pieţei.…..
.....
.....

01:50

Rezumat

- Economiile de piaţă nu înregistrează întotdeauna rezultate eficiente.

Aceasta, deoarece existenţei puterii de monopol, a externalităţilor, bunurilor publice si informaţiilor asimetrice.

- Atunci când într-o activitate economică sunt afectaţi şi alţi subiecţi decât cei implicati direct în tranzacţia economică (producătorul sau consumatorul), apar externalităţile (pozitive sau negative). Soluţia o reprezintă internalizarea externalităţilor, adică, tratarea costurilor / beneficiilor sociale ca şi costuri / beneficii private însă, apar dificultăţi în estimarea efectelor externe.

- Bunurile publice pure îndeplinesc două condiţii principale: nonexclusivitatea (nici un individ nu poate fi înlaturat în utilizarea lor) şi nonrivalitatea (orice nou consumator nu reduce oferta pentru ceilalţi şi nu determină creşterea costurilor). Atunci când este îndeplinită o singură condiţie, bunurile se numesc bunuri publice mixte, prezentând caracteristici atât ale bunurilor publice cât şi ale celor private

02:00

Test de evaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 20 de minute

1. Care sunt tipurile de externalităţi cunoscute? Exemplificaţi-le!
2. Care sunt metodele de internalizare a externalităţilor?
3. Ce sunt bunurile publice?

4. Analizaţi comparativ bunurile publice, bunurile private şi bunurile mixte.
5. Ce reprezintă informaţiile asimetrice şi care sunt cauzele acestora?

Test de autoevaluare a cunoştinţelor

Timp necesar: 10 de minute

1.Externalităţile sunt:

a) costuri asociate activităţilor în străinătate;

b) efecte generate de un contact asupra unei terţe părţi;

c) evenimente externe în raport cu evoluţiile din economia naţională.

2. Care din următoarele trăsături nu sunt specifice bunurilor publice:

a) nonexclusivitatea;

b) disponibilitatea;

c) nonrivalitatea.

3.”Pasagerul clandestin” poate fi:

a) un pasager clandestin într-un tren;

b) un spectator care sare gardul la un meci de fotbal;

c) a şi b.

4. Internalizarea externalităţilor negative înseamnă:

a) ascunderea efectelor negative ale acestui tip de activitate;

b) afectarea unor persoane dintr-o altă ţară;

c) încorporarea costurilor externe în preţul pieţei.

Răspunsuri: 1. b; 2. b; 3.c; d; 4.

1. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Economie, Ediţia a VIII-a, Editura Economica, Bucureşti, 2009
2. Colectivul Catedrei de Economie şi Politici Economice, ASE - Dicţionar de Economie, Ediţia a doua, Editura Economică, Bucureşti, 2003
3. Dudian Monica, coordonator – Economie, Editura C. H. Beck, Bucureşti, 2006
4. Frois G.A. - Economie politică, Editura Humanitas, Bucureşti, 1994
5. Housman D. - Filosofia ştiinţei economice. Antologie, Editura Humanitas, Bucureşti, 1993
6. Lipsey R., Chrystal A. - Economia pozitivă, Editura Economică, Bucureşti, 1999
7. Manea G. Iliescu E.M. - Microeconomie, Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 2006
8. Popescu C., Ciucur D., Gavrilă I., Popescu Ghe. - Teorie economică generală. Vol. I. Microeconomie , Ediţia a doua, Editura ASE, Bucureşti, 2008
9. Stiglitz J.,. Walsh C. – Economie, Editura Economică, Bucureşti, 2005
10. Varian Hal - Intermediate microeconomics, a modern approach, W.W. Norton, USA, 2006

TEMA DE CONTROL NR. 2

1. Explicaţi diferenţa dintre extinderea/contracţia ofertei şi creşterea/descreşterea acesteia.Prezentaţi condiţiile ofertei.
2. Explicaţi diferenţa dintre preţurile libere, preţurile administrate şi preţurile reglementate.
3. Ce se înţelege prin " eşecul pieţelor" ?
4. Prezentaţi tipurile de oligopol cunoscute.
5. Reprezentaţi grafic şi explicaţi relaţia dintre randamente şi costuri.